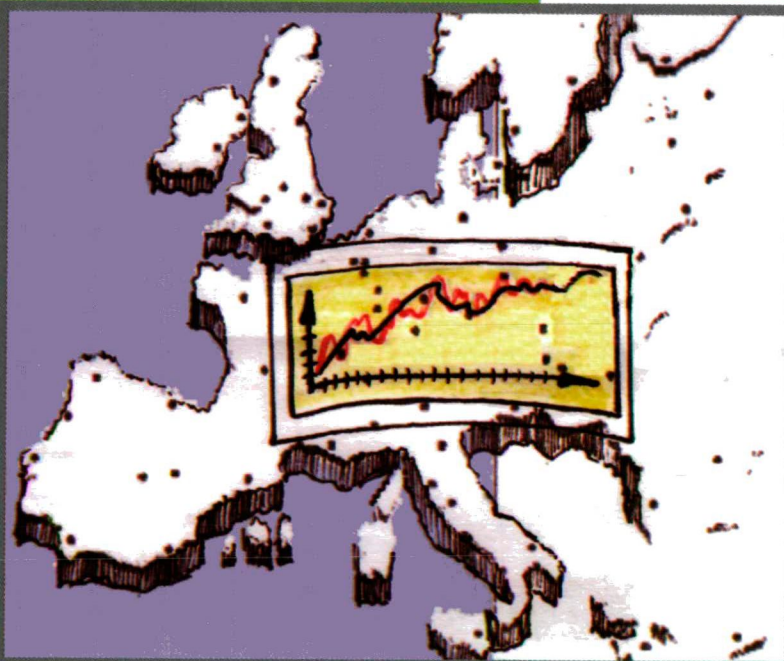


58843

JELENKORI TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI FOLYAMATOK



IV. évfolyam
3-4. szám
2009.



SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
■ **MÉRNÖKI KAR**
Ökonómia és Vidékfejlesztési Intézet

2010 ÁPR. 19



Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok
Az SZTE Mérnöki Kar Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézetének
tudományos folyóirata

IV. évfolyam 3–4. szám 2009/3–4.

Felelős kiadó:

Prof. Dr. Véha Antal dékán
SZTE Mérnöki Kar

Főszerkesztők/Editors in chief:

Dr. habil. Gulyás László–Dr. habil. Gál József

Szerkesztőbizottság/Editorial Board:

Dr. PhD Keczer Gabriella
Dr. PhD Panyor Ágota
Dr. PhD Vincze-Lendvai Edina

A tanulmányok lektorai:

A „Régió és agrárgazdálkodás rovat” tanulmányai:
Dr. habil. Gál József SZTE MK

A „Régió és élelmiszergazdaság rovat” tanulmányai:
Dr. univ. Kis Mária SZTE MK

A „Régió és Marketing rovat” tanulmányai:
Dr. PhD Vincze-Lendvai Edina SZTE MK

A „Régió és finanszírozás rovat” tanulmányai:
Dr. univ. Gósi János SZTE MK

A „Régió és versenyképesség rovat” tanulmányi:
Dr. habil. Gulyás László SZTE MK

A „Régió és közlekedés rovat” tanulmányai:
Dr. PhD Veres Lajos Dunaújvárosi Főiskola

A „Régiók és határok rovat” tanulmányai:
Dr. PhD Szónokyné Ancsin Gabriella SZTE TTIK

Technikai szerkesztő/Editorial assistant:

Kádas Gabriella

Nyomda/Printing:

Juhász Nyomda (Szeged)

ISSN: 1788-7593

TARTALOMJEGYZÉK

Előszó	7
--------------	---

RÉGIÓ ÉS AGRÁRGAZDÁLKODÁS

Cehla Béla: Termékpálya-fázisok a juhászatban.....	11
Márkus Richárd–Tell Imre–Tóth Tamás–Troján Szabolcs: A repcepegácsa felhasználásának lehetősége a sertéstakarmányozásban	16
Móré Mariann: A Magyar Mezőgazdaság folyóirat témaszerkezetének vizsgálata. Médiakutatás a tartalomelemzés módszerével	21
Horváth József–Bodnár Károly: Vidékfejlesztési lehetőségek Kakasszéken és környékén	26
Csordás László: A turizmus helyzetének változása az Alföldön és a jelenség térbeli terjedése Magyarországon	31

RÉGIÓ ÉS ÉLELMISZERGAZDASÁG

Balogh Sándor: „Lifestyle” élelmiszerek: az európai szabályozás	39
Kalmárné Hollósi Erika–Zuzana Vargová: Helyi termékek a vidéki térségek társadalmi-gazdasági fejlődésének szolgálatában	44
Polereczki Zsolt–Szente Viktória–Szigeti Orsolya–Szakály Zoltán: Hagyományos magyar élelmiszerek – Valódi lehetőség a kisvállalkozások számára?.....	49
Szabó Sándor–Stárics Roland–Vidéki Imre: A Nyugat-dunántúli régió átalakuló élelmiszeripara esettanulmányok tükrében	55
Fojtik János–Kövér Judit: A falusi lakosság affinitása az egészségtudatos élelmiszerfogyasztás iránt.....	64
Nótári Márta–Ferencz Árpád: A hungarikum termékeket fogyasztók életstílusának elemzése	69
Kis Mária: Konzervipar és vidékfejlesztés	74

RÉGIÓ ÉS MARKETING (TELEPÜLÉSMARKETING)

Hetesi Erzsébet: A válság marketingje? – marketing válsága? A 21. század marketingkihívásai – lesznek-e válaszok?	81
Vincze-Lendvai Edina: Balatonszárszó imázsvizsgálata	93
Pál Zsuzsa–Pápay Orsolya: A fogyasztók biotermékekkel kapcsolatos ismeretei Romániában	99
Dan Cristian Dabija–Monika A. Alt–Ioana N. Abrudan: Empirical Considerations Regarding Consumers’ Perception on an Emerging Market. A Case Study on Retailers in Romania	108
Szabó György: Reprezentatív marketing – versenyképességi pillanatkép 2009-ben a magyar kis- és középvállalatok körében.....	115
Boll Anikó: A vevőelégedettség biztosítása az önkormányzatoknál Marketing Controlling segítségével	120
Marosi Tibor–Makai Andrea: Zöldségsnack-termék célpiacának felmérése.....	125

RÉGIÓ ÉS FINANSZÍROZÁS (PÉNZÜGYEK)

Gáspár Andrea: A magyar adórendszer egyszerűsítésének okai és lehetséges hatásai.....	133
Domján Péter–Turcsányi Katalin: Kihívások és reformok az egészségügyben	138
Katona Klára: Tőkepiaci versenyképesség tényezőinek alakulása Kelet-Közép-Európában	143
Mika János–Turcsányi Katalin: Kihívások és reformok a közszektorban.....	148
Mile Csilla–Végh Katalin–Csath Magdolna–Éger Istvánné–Ivics Mihály–Schattmann Ágnes–Takács László: A magyar és a szlovák kis- és középvállalkozói szektor innovációs teljesítményének összehasonlító elemzése.....	153
Szabó Ferenc: Az Európai Unió intézményrendszere és működése, a hazai környezetvédelmi infrastruktúra-fejlesztési projektek szemszögéből	158
Gósi János: A magyar gazdaságpolitika néhány jellemzője a konvergencia programok és a világgazdasági válság tükrében	165
Kiss Gábor Dávid: A kockázati tőkeelemek szerepe a hazai magánnyugdíjalapok portfóliójában.....	168

RÉGIÓ ÉS VERSENYKÉPESSÉG

Szabó Pál: A gazdasági fejlettség tényezőinek regionális különbségei az Európai Unióban	175
Besze Tamás: Az Európai Unió területfejlesztési politikájának válasza a globális városrégiók gazdasági erőfölényére	180
Deák István: Megye vagy régió a közigazgatási közép szinten? A közigazgatási közép szint fejlődésének rövid története 2000-ig	186
Jakobi Ákos: Térkategóriák és egyenlőtlenségek az információs társadalmi átalakulás korában.....	191
Lukács Amarilla: Az üzleti hálózatok és a klaszterek matematikai vizsgálatának lehetőségei.....	196
Móricz Ádám: Az információs társadalom finn modellje	202
Nagy Csaba: A nyugat-romániai autóipar – a „globális szállító”.....	208
Ziegler Éva: A rend világa. Tudásalapú Európa? Kutatás-fejlesztés-innováció és a gyakorlati hasznosítás rögzös viszonya, célszerű jövője a rendszerelmélet és a rendszerszemlélet tükrében.....	214
Hegedűs Gábor: A lakóparkok és lakóparkszerű létesítmények általános jellemzői a magyarországi megyei jogú városokban	219
Józsa Klára: Települési versenyképesség, települési siker.....	224

RÉGIÓ ÉS KÖZLEKEDÉS/LOGISZTIKA

Györffy Ildikó: Az elérhetőség modellezési lehetőségei	231
Miszlay Zsolt: Magyarország vasúti infrastruktúrájának alakulása Trianon és a Bécsi döntések tekintetében.....	236
Bajor Tibor: A területfejlesztés folyamatának logisztikai elemei.....	242
Zsótér Brigitta: Migrációs folyamatok vizsgálata Mezőhegyesen (1989–2008).....	247
Dusek Tamás: Hálózati-, idő- és költségtávolságok összehasonlítása a magyar vasúthálózaton.....	251
Zsótér Brigitta: A közúti forgalom alakulása Mezőhegyesen (1995–2008).....	257

RÉGIÓK ÉS HATÁROK (EURORÉGIÓK, HATÁR MENTI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK)

Hartl Mónika: A magyar–szlovák határ menti kapcsolatok az Ister-Granum Eurorégió területén. A Mária Valéria Nemzetközi Borút lehetősége	265
Remenyik Bulcsú–Bujdosó Zoltán: Eurorégiók szerepe a határ menti turisztikai együttműködésben	271
Suba János: A trianoni hármashatárok kijelölése	276
Pál Ágnes: A Dél-alföldi határvidékek kutatásának rövid története	282
Pap Ági: Határon átnyúló világörökségi helyszínekhez kapcsolódó kérdések	288

Előszó

A Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézetének jogelődje, az Élelmiszeriparigazdaságtan és Marketing Tanszék 2001-ben indította útjára az „Európai Kihívások” című, azóta is két évente (2001, 2003, 2005, 2007, 2009) megrendezésre kerülő tudományos konferenciát.

Ennek megfelelően 2009-ben már az V. Európai Kihívások konferenciát tartottuk. Mostanra a rendezvény mind a résztvevők számában, mind az előadások minőségében Magyarország egyik legrangosabb konferenciájává nőtte ki magát. Ezért a konferencia Szervező Bizottsága úgy döntött, hogy azzal tiszteli meg a konferencia előadóit, hogy jelen folyóirat 2009/3–4. és 2010/1–2 számában közli az előadások szerkesztett, írott verzióját.

Szerkesztőségünk folyamatosan arra törekszik, hogy évről évre, folyóiratszámról folyóiratszámra egyre magasabb színvonalú kiadványt készítsen. Bízunk abban, hogy az Európai Kihívások konferencia cikkeinek közlése is hozzájárul ezen törekvésünk sikeréhez.

Reméljük, hogy jelen folyóiratszámunk elnyeri szűkebb és tágabb szakmai környezetünk elismerését.

Gulyás László–Gál József
a kötet főszerkesztői

RÉGIÓ ÉS AGRÁRGAZDÁLKODÁS

CEHLA BÉLA:^{*}

Termékpálya-fázisok a juhászatban

Abstract

It is not enough to evaluate only natural data in order to carry out an analysis of agricultural sectors. If one wants to put together a realistic analysis, the phases of the sector's supply chain should also be considered.

The hierarchical relations of each phase point to structural problems and even strengths of the given sector. The production/processing potential of each layer can reveal the shortcomings and strengths of production and processing. The quantity of goods in trade, their composition and the balance of goods produced by producers shows the tendencies which all participants of the supply chain have to adapt to.

In my current paper, I examined all phases of the sheep supply chain in order to pinpoint the problems whose solution is essential for the existence of the Hungarian sheep farming.

1. Bevezetés

Az állattenyésztési ágazatok a rendszerváltozás óta jelentős átalakuláson mentek keresztül. Szinte valamennyi ágazatban csaknem felére esett vissza az állományi létszám nagysága, különösen igaz ez a juhászatra. Míg 1982-ben 3,2 millió, 1988-ban 2,2 millió volt Magyarország juhlétszáma, addig ez napjainkra épp, hogy meghaladja az egymillió juhot. Ha figyelembe vesszük az ágazat jövedelmi és piaci viszonyait, akkor elmondható, hogy ez az anyajuhlétszám tovább fog csökkenni. A csökkenés tendenciáját egyrészt igazolja az anyajuh-támogatási kvóta kihasználásának mértéke is, ami az idei évben a Magyar Juh- és Kecsketenyésztők Szövetsége (továbbiakban: MJKSZ) előzetes adatai alapján 84%-os kihasználtsági szinten van, valamint a bányexport csökkenése is, amely a Juh Terméktanács (továbbiakban: JT) adatai alapján 2000-ben 892 098 egyed, 2008-ban 600 000 egyed volt. A negatívumok ellenére ugyanúgy keresni kell azokat a kitörési pontokat, amelyekkel javítható lenne a juhászat jelenlegi pozíciója, és nem azon gondolkodni, hogy mennyi támogatás lenne az ideális a megélhetéshez. A stratégiai irányok meghatározásához vizsgálni szükséges a juhhús termékpálya-fázisait, amely elemzésen keresztül számszerűen alátámaszthatóak az ágazat problémái és lehetséges fejlődési irányai.

2. Anyag és módszer

A juhászatban érvényes termékpálya-fázisok elkülönítéséhez és számszerűsítéséhez figyelembe vettem Markovszky (2004) és az AKI (2007 [a]) ajánlásait. Markovszky (2004) alapján a termékpálya szakaszok/fázisok vizsgálatához a következő pontok külön tárgyalása szükséges:

1. A termékpálya-szakaszok piaci mérete, belső inputjai, outputjai;
2. A termékpálya-szakaszokon belüli koncentráció, a szereplők mérete monopolizáltság foka;

^{*} Debreceni Egyetem, Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar, Gazdálkodástudományi Intézet, Vállalatgazdaságtani Tanszék.

3. Input-output árak trendje, a szakaszokon előállított hozzáadott érték változása;
4. Innováció, termékfejlesztés, minőség, csomagolás, a termékpióra befolyásoló szerepe;
5. Hagyományos termékpióákat módosító iparági összekapcsolódások termékpióra alakító hatása.

A termékpióra-fázisok összeállításának jelen vizsgálatánál az 1. és 2. pontokat veszem figyelembe, ugyanis egy helyzetelemzést kívánok megfogalmazni, nem pedig egy értéklánc-elemzést, amihez további mélyrehatóbb elemzések szükségesek.

A termékpióra-fázisok összeállításához az MJKSZ, JT, Központi Statisztikai Hivatal és korábbi kutatásaim eredményeit használom fel. Az adatok kiértékelését Microsoft Excellel végzem.

3. Eredmények

3.1. A hazai juhhús jelentősége a világpiácon

Magyarországon a juhtenyésztésnek jelentős hagyományai vannak, ugyanakkor világviszonylatban a hazai juhhústermelés nem meghatározó, a FAO adatbázisa alapján világtermelés alig 0,01%-át adja, az EU termeléséből pedig 0,1%-kal részesedik.

Az 1. táblázatban megtekinthetjük, hogyan alakult a bárányexportunk 2004-ben.

1. táblázat. Az Európai Unió magyar bárányexport piaci összetétele 2004

Célország	Élőbárány		Vágott test		Összesen	
	Egyed	%	Egyed	%	Darab	%
Olaszország	720 609	97,17%	43 856	93,66%	764 465	96,96%
Görögország	14 388	1,94%	-.	-.	14 388	1,82%
Ausztria	4 534	0,61%	-.	-.	4 534	0,58%
Hollandia	1 200	0,16%	-.	-.	1 200	0,15%
Lengyelország	860	0,12%	-.	-.	860	0,11%
Németország	-.	-.	2 968	6,34%	2 968	0,38%
Összesen	741 591	94,06%	46 824	5,94%	788 415	100,00%

Forrás: Jávör 2005

Az AKI (2007 [b]) adatbázisa szerint 2007-ben a juhvágások száma csupán 13 266 egyed volt, ami jelentősen elmarad az 1. táblázatban szereplő adatokhoz képest. További tényként olvasható le a táblázatból az is, hogy a vágóbárányok 97%-át Olaszországnak értékesítjük. A Magyarországról vásárolt báránymennyiség épphogy eléri az olasz fogyasztás 2%-át, amivel arra szeretnék utalni, hogy Magyarországnak egyáltalán nincs beleszólási joga a piaci árakba, ami meg is nyilvánul az ágazat hazai eredményességében.

A minőség kérdéskörével, mint a piaci árakat meghatározó tényezővel kapcsolatban Kukovics (2007) és András (2007) véleményével egyetértek, mivel napjainkra a minőség javítása az egyik legnagyobb kihívás a hazai termelők számára. A szakmában tevékenykedők elmondása szerint, ha tovább romlik a magyar bárány minősége, akkor árcsökkenésre számíthatnak a hazai juhászok.

Követve az EU-ban végbemenő állománycsökkenés tendenciáját hazánkban is évről évre csökken az anyajuhlétszám és az EU-s csatlakozásunk óta még nem tudtuk kihasználni a rendelkezésre álló anyajuh-támogatási kvótánkat. Gráf (2009) szerint az EU önellátottsági szintje juhhústermékekből napjainkra 80%-ra csökkent, amit a közösség importból próbál fedezni.

A magyarországi juhtenyésztés méreténél fogva nem ármeghatározó. A magyar vágó-

bárány-árak követik az olasz partner által közzétett árakat. A vágott test árát ugyan belső piacunkon mi határozzuk meg, de a kevés feldolgozó hiányában nem meghatározó a feldolgozott juhhús piaci részesedése. A könnyű bárányok vágott test árait tekintve a magyarországi árak jóval az EU-27 átlaga felett helyezkednek el (2008-ban Magyarországon: 5,19 €/KG; EU-27 átlag: 3,96 €/KG; Olaszország: 6,29 €/KG).

3.1. A termékpálya-fázisok jellemzői

A juhhús termékpályán három fázis különíthető el (1. ábra). Az *első fázist* az alapanyag-termelés jelenti, mely az elmúlt néhány évben jelentős visszaesésen ment keresztül. Míg 2000-ben 892 098 vágóbárányt értékesítettünk a külpiacon, addig ez 2008-ra 600 000 egyedre csökkent. Tovább rontja az ágazat helyzetét a 2010-től bevezetésre kerülő elektronikus jelölési kötelezettség, ami további járulékos terheket jelent a gazdák részére.

A tenyészetek száma az elmúlt néhány évben jelentős csökkenést mutat. 2004-hez képest több mint 700 tenyészet szűnt meg 2008-ra. A tenyészetek számának csökkenéséhez az anyajuhlétszám csökkenése is párosult. Juhász (2009) MJKSZ tenyésztési elnökhelyettesének elmondása szerint a létszámcsökkenés terén a következő tendencia figyelhető meg: a nagyobb (az 500 anyajuh, illetve még inkább az 1000 anyajuhlétszám feletti) tenyészetek létszámcsökkenése okozza elsősorban az országos anyajuhlétszám fokozatos csökkenését. Az anyajuhlétszám folyamatos csökkenése az alacsony állománykoncentrációval, az alacsony jövedelmezőséggel, a feldolgozottság hiányával és az alacsony genetikai háttérrel magyarázható.

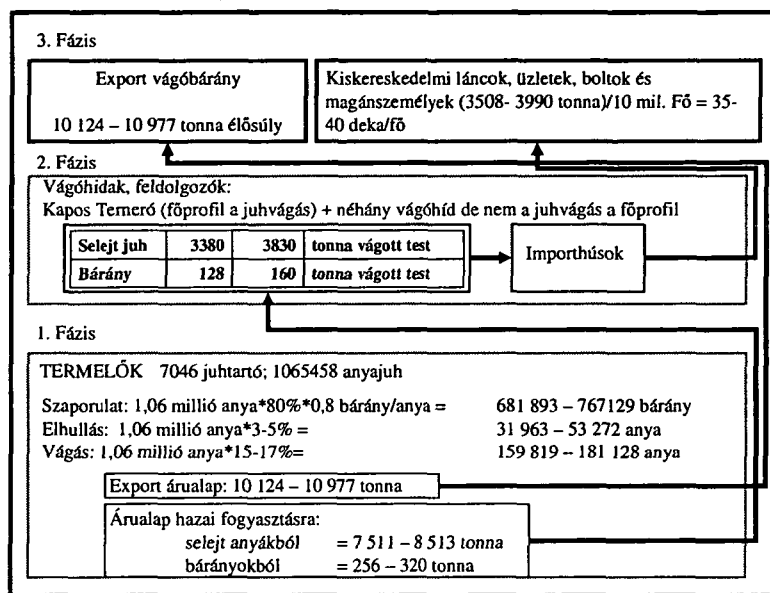
2008-ban Magyarországon 7046 juhtartó volt, akiknek a tulajdonában 1 065 458 anyajuh volt. Ennek az anyajuhlétszámnak a szaporulata 80%-os ellési aránnyal és 0,8 anyánkénti választott bárányszámmal kalkulálva 680–767 ezer bárány. Az elhullás mértéke 3–5%-kal kalkulálva 31–53 ezer anyát jelent. Megfelelő állományfrissítés esetén 15–17% selejtezéssel kalkulálhatunk, ami jelen esetben vágójuhként jelenik meg a magyarországi juhhúspiacon. A vágásból származó anyák pótlása 159–181 ezer jerke beállítását feltételezi éves szinten.

Összességében vágóbárány-exportra 482–523 ezer bárányt tud a hazai juhászat árualapként felkínálni, feltételezve azt, hogy a juhászok minden évben elvégzik az állományfrissítést. Az állományfrissítés pontos számának meghatározásához áttekintettem az MJKSZ időszaki tájékoztatóját, melyben a továbbtenyésztésre beállított jerek létszáma jelentősen eltért az általam kalkulált adatoktól. Mivel a ténylegesen meghagyott jerek létszáma csaknem ötöde az általam meghatározott adatoknak, az valószínűsíthető, hogy a hazai anyajuhállomány előregedő.

Az EU piacára értékesített vágóbárányok átlagsúlya 20–21 kg/egyed, így meghatározható volt az exportárualap élősúlyban, ami kb. 10 124–10 977 tonna volt 2008-ban. A hazai fogyasztás árualapját a selejt vágójuhok, illetve az a néhány ezer bárány jelentette, amit hivatalosan két vágóhídon vágnak hazánkban. A hazai fogyasztás 7500–8500 tonna selejt juhból és 256–320 tonna vágóbárányból tevődik össze élősúlyban meghatározva.

A *második fázist* a vágóhidak, feldolgozók jelentik. Magyarországon jelenleg egyetlen olyan juhvágóhíd található, ahol feldolgozást is végeznek. Ezen vágóhíd csontos és csont nélküli hústermékei (bárány, juh előhűtött vákuum csomagolt, fél konyhakész, nyers szeletelt és kockázott bárányhúsok) meg is rendelhetők, és az egész országban megvásárolhatók, főleg a hiper- és a szupermarketekben (60%), emellett éttermek kórházak, és szállodák (25%), valamint budapesti nagykereskedők (15%) vásárolják a termékeket (Kukovics 2008). Bérvágást és bérbontást természetesen több vágóhídon is végeznek hazánkban, de ezen vágások, bontások száma minimális, gyakorlatilag a statisztikai adatokban sem szere-

pelnek. Nem jelenik meg továbbá azon vágások száma sem a statisztikában, amit háznál, vagy a juhászatokban végeznek, pedig egyes területeken jelentős hagyományai vannak a juhhúsból készült ételeknek. Sok juhászatban a jelentősebb ünnepek előtt van a legnagyobb selejtezési dömping, ugyanis a vidéki fogyasztók többsége közvetlenül a juhászoktól veszi az ünnepi asztalra kerülő juhhúst. A teljesség kedvéért szerepeltettem az import-juhhúst is a második fázisban, de ennek arányáról és mértékéről nem állt rendelkezésemre statisztikai adat.



1. ábra. A juhhús termékpálya-fázisai (Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Összefoglalva a második fázis adatait, a hazai fogyasztás alapja 3300–3800 tonna selejt juhból, illetve 128–160 tonna bárányhúsból áll.

A termékpálya *harmadik fázisát* a belföldi fogyasztás, valamint a külpiaci értékesítés jelenti. A külpiacra történő értékesítés csaknem egésze a vágóbárányok értékesítéséből áll. A feldolgozott termékek külpiacra történő értékesítése még nem kiforrott. Addig nem is várható változás a feldolgozott termékek külpiaci értékesítésében, amíg nem történik meg a hazai vágókapacitás bővítése, amihez véleményem szerint állami beavatkozás is indokolt. A belföldi fogyasztás mértéke az általam levezetett termékpálya-fázisok alapján 35–40 deka/főre tehető, ami igen alacsony érték.

4. főbb következtetések és javaslatok

Következtetéseim a termékpálya egyes fázisaira vonatkozóan fogalmazom meg:

Első fázis:

1. Csökkenő és előregedő anyajuhlétszám, ami az ágazat helyzetének további romlásához vezethet.
2. Gyenge minőségi paraméterek, amelyek a genetikai alapokra, az elavult technológiára és az alacsony jövedelmezőségre vezethetőek vissza.
3. Beszűkült piac miatt egyoldalú technológia, szinte csak 20–21 kilogrammos könnyű bárányokat állítunk elő.

Második fázis:

1. Vágóhidak, feldolgozók alacsony száma.
2. A juhtermékek minimális száma a boltok hűtőpultjaiban, ami a feldolgozóipar hiányára, illetve a „0” marketingre vezethető vissza.
3. Az olcsó importjuhhúsok jelenléte a hazai hipermarketek polcain, ami tovább rontja a hazai juhhústermékek amúgy is instabil piaci részesedését.

Harmadik fázis:

4. Az exportunk döntő része a vágóbárányok értékesítéséből áll és szinte csak egyetlen piaci vevőnk van, Olaszország.
5. A hazai fogyasztás igen alacsony, továbbá ha a fogyasztás eddigi tendenciáját figyelembe veszem, akkor annak mértéke tovább fog csökkenni.
6. Nincs marketingje, nincs kiváló minőségű magyar bárány a hazai és nemzetközi piacokon.

Popp (2000), illetve Nábrádi–Ficzseréné (2007) állítása – hogy a „A juh termelési szintje, fajtaösszetétele lényegében nem változott az 1960-as évek óta. A fajtaváltás, a hús- és tejirányú szakosodás irányába való elmozdulás nélkül az ágazat versenyképtelenné válik. Az ágazat fejlesztési célja az anyaállomány létszámának növelése, a termelés hatékonyságának és a termékminőségnek a javítása.” – beigazolódott. Nem történt fajtaváltás, nem történt szakosodás, az anyaállomány csökken, a hatékonysági mutatók alacsonyak és gyakorlatilag nincs feldolgozóipara a juhhúsnak.

Irodalomjegyzék

- András L. (2007): Jövőkép egy kereskedő szemével. Magyar Juhászat. 16. évf. 7. szám. 5–6. p.
- AKI (2007a): A mezőgazdasági árképzés elméleti alapjai és hazai gyakorlata. Agrárgazdasági Tanulmány. Agrárgazdasági Kutatóintézet. HU ISSN 14182122
- AKI (2007b): A vágóhídi vágások havi alakulása. Agrárgazdasági Kutatóintézet Gazdaságelemzési Osztály. http://www.akii.hu/gazdel/stat/mezogazdasag/Vagas/2007/2007_vagas_havi.htm
- Gráf J. (2009): A magyar juhászat jelene, jövője, sorsa. Magyar Juhászat. 18. évf. 2009/9. szám. 2–4. p.
- Jávor, A. (2005): In: Gyep-Állat-Vidék-Kutatás-Tudomány. Felelős kiadó: Dr. Nagy János. Debrecen 64–73. p.
- Juhász P. (2009): A juh- és kecsketenyésztési ágazat jövője. Juh innovációs platform Workshop előadás. Farmer Expó. 2009. augusztus 26.
- Kukovics S. (2007): Az innováció lehetőségei az EU jelenlegi helyzetében, kilátások Magyarország számára. Magyar Juhászat. 16. évf. 6. szám. 2–7. p.
- Kukovics S. (2008): Magyarországi juh és kecsketermékek. Magyar Juhtejgazdasági Egyesület Kiadványa.
- Markovszky Gy. (2004): A termékpálya integrációk vizsgálatának lehetőségei. In: Gazdálkodás, XLVIII. évf. 3. szám, 2004. Budapest, 25–31. p.
- Nábrádi A.–Ficzseréné N. K. (2007): A juhászati ágazat változásainak fejlődéskövető vizsgálata. <http://www.avacongress.net/ava2007/presentations/vs2/4.pdf>
- Popp J. (2000): Főbb mezőgazdasági ágazataink fejlesztési lehetőségei, különös tekintettel az EU csatlakozásra. Agrárgazdasági Tanulmányok, 2000. 9. sz.

MÁRKUS RICHÁRD*–DR. PHD TELL IMRE**–DR. PHD TÓTH TAMÁS***–

TROJÁN SZABOLCS:****

A repcefogácsa felhasználásának lehetősége a sertéstakarmányozásban

Abstract

Pig- or pork meat is still keeping its leading role in meat production- and consumption – ahead of poultry – its main rival – which has made a huge development during the past decades. The pig sector has to face huge difficulties almost continuously, anyway periodically – in the EU and in Hungary, as well. The EU has included pork in a category called „light market regulation product paths”, hence the development of production/consumption is exposed mostly to the extremities of markets. Because of this, a strong fluctuation in buy-up prices has also been observable up to now, according to the well-known cyclicism in the pig sector, as well as a consequence of the various pig illnesses, changes in consumer habits, and so on. Due to the lack of market regulations, an absurd phenomena occurs very often, notably: parallel to the decreasing slaughter hog procurement prices – that of forage increase. Consequently, farms have to try to minimise (or being more precise) to optimise costs for the sake of their sustainability, and keeping up competitiveness. Concerning the cost-structure of animal farming, no doubt that costs of forages are determinant, especially in case of pig farming it can reach as much as 60–70 percent of the total. Consequently, beside applying „novel” forages, increasing effectiveness of the so-called „traditional ones” is also badly needed.

1. Bevezetés

A jövedelmező sertéstartás tekintetében a takarmányozás jelentős szerepe mellett nem szabad figyelmen kívül hagyni a további alapvető tényezőket sem, így az új, korszerű technológiák alkalmazását, magas genetikai értékű tenyészállatok tartását, és megfelelő állategészségügyi feltételek fenntartását. Mivel a legnagyobb költséghányad a takarmányozás, ezért főként itt van szükség a hatékonyság növelésére. A takarmányköltségek csökkentését úgy kell elérni, hogy a természetes mutatók, illetve a végtermék összetétele ne változzanak negatív irányba. Az utóbbi időben a melléktermékek felhasználásának jelentősége megnövekedett a takarmányozás területén, ennek legfőbb oka elsősorban a már korábban említett takarmányár-emelkedés. Az elmúlt évtizedekben és napjainkban egyaránt használatos szeszipari, sörgyári, keményítőgyári, konzervgyári, és állati eredetű takarmányok mellett megnövekedett a növényolaj-ipari melléktermékek felhasználása is. Az újszerű melléktermékek, mint például a bioüzemanyagok előállításánál keletkezett melléktermékek (repcefogácsa, glicerín) takarmányozásban való felhasználása egy alternatíva lehet

* PhD-hallgató – Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar, Mosonmagyaróvár.

** Docens – Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar, Mosonmagyaróvár.

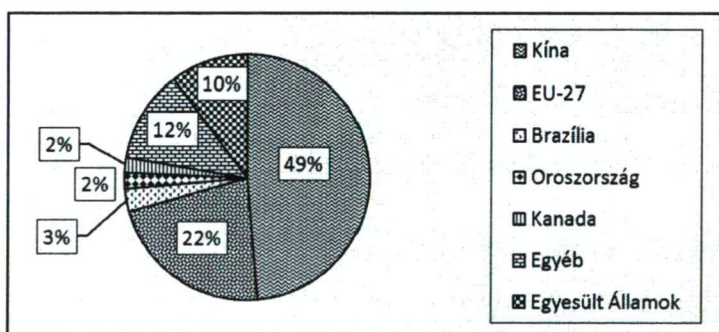
*** Docens – Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar, Mosonmagyaróvár.

**** PhD-hallgató – Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar, Mosonmagyaróvár.

a takarmányozási költségek csökkentésére, ezáltal a profit növelésére a sertéstartó gazdaságokban. A bio-hajtóanyagok, ennek következtében a melléktermék mennyiségének növekedésére hatást gyakorol az EU is. A 2003/30/EC direktíva kötelezi az uniós tagállamokat, hogy a bio-üzemanyagok felhasználása érje el a teljes szárazföldi fuvarozás 5,75%-át 2010-ig. 2007 márciusában az Európai Tanács döntése alapján a 2020-ra előírt biohajtóanyag piaci részesedésének el kell érnie a 10%-ot. Az előzőleg említett intézkedéseknek köszönhetően az elmúlt években fokozott érdeklődés övezi a repce termesztését és felhasználási lehetőségeit. A bio-hajtóanyagok előállításának növekedése esetén számolni kell a vetésszerkezet megváltozásával, illetve a szemes takarmányok mennyiségének csökkenésével a takarmánypiacon, ami az árak további növekedését vetíti előre.

2. A világgazdaság és az EU hatása a hazai sertéságazat szerkezeti átalakulására

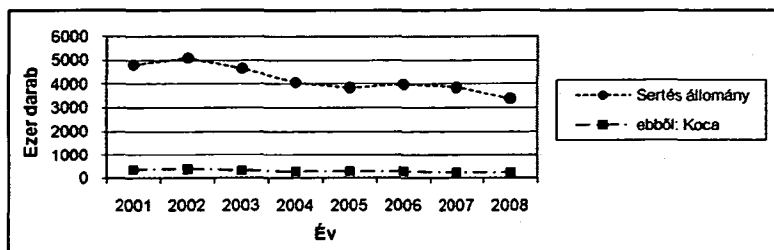
A világ sertéshús-szükségletének fedezésében vezető szerepet vállal Kína, EU 27, Egyesült Államok, Brazília, továbbá Kanada, mint ahogy azt az 1. ábra adatai szemléltetik. Az előbbieken említett országok állítják elő a sertéshús jelentős részét a valamivel több, mint 100 millió tonna éves világtermelésnek. A meghatározó exportőr országok, az Egyesült Államok, az Európai Unió 27 tagállama, valamint Kanada is, melyek az összes export megközelítőleg 80%-át adják. Az importőrök között Japán, Mexikó, Kína és az USA tölt be meghatározó szerepet. Az összes sertéshúsfogyasztás közel 50%-a Kínához, valamivel több, mint 20%-a az EU 27-hez és közel 10%-a az USA-hoz köthető.



1. ábra. Sertéshústermelés megoszlása világviszonylatban
(Forrás: A szerző saját szerkesztése az USDA [2009] alapján)

A magyarországi állattenyésztés ágazatai, ezen belül is különösen a sertésenyésztés jelentős változásokon mentek keresztül az elmúlt – mintegy két évtizedes – időszakban. Az ökonomiai vizsgálatok rendszeres lefolytatását a közismert tényezők (Magyarország komoly hagyományokkal, kiváló gabonatermesztési adottságokkal rendelkezik stb.) mellett indokolja az állandóan változó környezetben átalakuló mezőgazdaság, valamint a lehetőség mások eszközeinek, módszereinek közvetlen tanulmányozására. Az állatállomány tekintetében bekövetkezett változások az elmúlt 8 évben a 2. ábrán láthatóak.

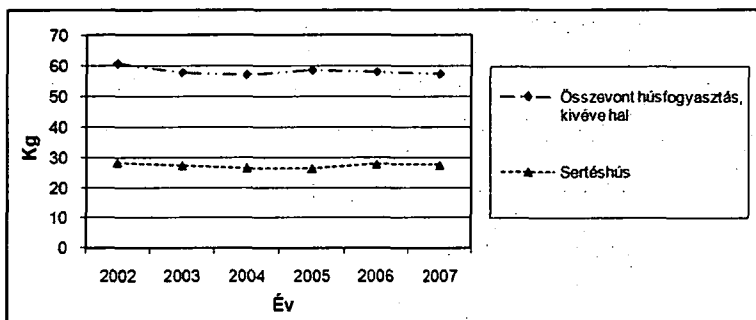
Míg 2002-ben közel 5 millió sertést tartottak Magyarországon, addig 2008-ban nem haladta meg 3,4 millió darabot, ami a hazai állomány több mint 30%-os visszaesését jelenti. Az állománycsökkenés az uniós csatlakozás után felgyorsult, majd 2005 és 2007 között stagnált. A 2008. december 1-jei adat a hazai állomány ismételt csökkenését jelzi.



2. ábra. A hazai sertésállomány változása (2001–2008)

(Forrás: A szerző saját szerkesztése a KSH [2007] és A sertés [2009] adatai alapján)

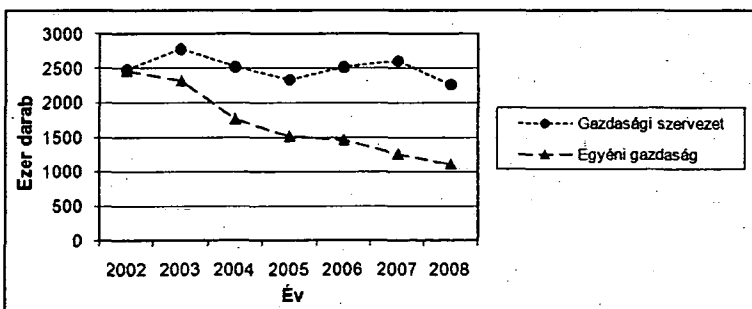
A sertéshúsfogyasztás mind a hazai, mind pedig az Európai Unió országaiban jelentős szereppel bír az összes húsfogyasztás tekintetében. Hazánkban a KSH adatai szerint 2007-ben az egy főre jutó sertéshúsfogyasztás 27,6 kg, míg az EU-ban megközelítőleg 42 kg volt. Ahogy a 3. ábrán látható, hogy a hazai lakosság húsfogyasztásának közel felét a sertéshússal fedezi.



3. ábra. A hazai húsfogyasztás alakulása (kg/fő/év)

(Forrás: A szerző saját szerkesztése a KSH –STADAT [2009] alapján)

A 4. ábrán látható a hazai sertéságazat strukturális átalakulása 2002 és 2008 között. Az elmúlt években az állomány jelentős csökkenése volt megfigyelhető az egyéni gazdaságokon belül, míg a gazdasági szervezetek egy jóval kiegyenlítettebb, bár ugyancsak csökkenő tendenciát mutattak. Ez többek között azzal magyarázható, hogy a kialakult versenyfeltételeknek a „kistermelők” nem tudtak megfelelni, így sokan felhagytak a sertéstartással, jóllehet e szektornak a részaránya a hazai vágósertés-előállításban korábban meghatározó volt.



4. ábra. Az állomány megoszlása vállalkozási formán belül

(Forrás: A szerző saját szerkesztése A sertés [2009] alapján)

3. A versenyképesség fokozása a repcefeldolgozás melléktermékeivel

A hazai sertéságazatban lezajlott szerkezeti átalakulás és állományváltozás tisztán tükrözik az ágazat utóbbi két évtizedes sikertelenségét. A 80-as évek közepén a közel 10 milliós állomány töredékére csökkent napjainkra. A verseny fokozódik a gazdaság minden területén, így a mezőgazdaságban, és a sertéságazatban is, ezért szükség van a folyamatos innovációra.

A repceből (*Brassica napus*) történő olajkivonás egyik legelterjedtebb formája a préselés. Ebben az esetben a préselés után keletkezett (hidegen, illetve melegén sajtolt repcepréselvény) melléktermék kb. 8–12%-os nyerszsírtartalommal rendelkezik, amely takarmányként hasznosítva jelentős energiatartalommal bír. A másik elterjedt módszer az extrahálás, amely egyes szakmai vélemények szerint gazdaságosabbá teszi a biodízel-alapanyag ki-nyerését. Az olajelőállítás során (észterezés) keletkezett melléktermék, a glicerín, melynek takarmányozási célú felhasználása ugyancsak aktuális kutatási téma. A repcefogácsa takarmányozásban az ajánlott bekeverési arányt több tényező befolyásolja, elsősorban az állatfaj, a korcsoport, és a hasznosítási irány.

A repcefogácsát a monogasztrikus (baromfi, sertés) és a kérődző állatok (juh, szarvasmarha) takarmányozásában egyaránt fel lehet használni. Weiss és Schöne (2006) a hízósertéseknél 7–10% a (szárazanyag %-ában), míg tenyészkocák esetében 5–10%-os bekeverési arányt javasolnak. A felhasználás módját a jövőben kialakuló piaci árak fogják meghatározni, azonban nem szabad megfeledkezni arról a tényről sem, hogy Magyarország évente 600–650 ezer tonna szójadarát importál. A repcefogácsa jelenlegi piaci ára az UFOP-Marktinformation szerint 187–190 euro/tonna körül mozog, míg szója tonnája 440–445 a takarmányozásban való értékesítés esetén.

3.1. A repcefogácsa alkalmazása a sertéstakarmányozásban

A repcefogácsa a takarmányozásban való felhasználásának SWOT-analízise az 1. táblázatban látható.

1. táblázat. SWOT-elemzés

Erősségek	Gyengeségek
Magas zsír- és energiatartalom	Nagyobb mennyiség rontja a granulátum minőségét
Nagy fehérjetartalom	A szójadaránál fajlagosan alacsonyabb fehérjemennyiség
Piaci ára alacsonyabb, mint a szójáé	Naturális termelési mutatók romlását okozhatja
Jelentős metionin- és cisztin-tartalom	Aminosav összetétel, kedvezőtlenebb a szójadaráéhoz képest
Lehetőségek	Veszélyek
Fehérje gazdálkodás javítása hazánkban	Repcefogácsa hőerőművekben való elégetése, biogáz előállítás
Olcsóbb tápkeverékek előállítása	Biodízel-előállítás gazdaságossága
Biodízel feldolgozók melléktermékeinek hasznosítási helye	Raktározási idő korlátozott
Bioetanol-gyártás melléktermékei konkurens termékek (enyhe árváltozás)	Biodízel gyárak nem megfelelő kapacitása
Szállítási költségek kisebb mértékben jelentkeznek az árban	Repce termésátlagok ingadozása

Forrás: Saját vizsgálat (2008)

A repcepogácsa takarmányként való hasznosítását a későbbiekben a piaci ár határozza majd meg. A hazai takarmányozási cél a már korábban említett importszója-mennyiségnek a csökkentése lenne. A biodízel üzemek melléktermékeit a takarmányozásban való alkalmazása többletjövedelmet jelenthetne a sertéstartásban. A lehetőségek között szerepelnek még a bioetanol-gyártás melléktermékei (pl.: DDGS), mint konkurens termékek, ugyanis ennek köszönhetően a repcepogácsa piaci ára szinte alig emelkedett, miközben a szója piaci ára folyamatosan emelkedést mutat. A szállítási költségek csökkenése a hazai fehérjeelőállítás során tovább javíthatják a fehérjetakarmányok felhasználásának gazdaságosságát.

Az aminosav-összetételt tekintve, kisebb az esszenciális aminosavak mennyisége a repcepogácsa esetében, mint a szójánál, ami szintetikus aminosav-kiegészítés (L-lizin-HCL) hiányában a természetes mutatók romlását eredményezheti.

A takarmányozási célú felhasználás mellett konkurensként jelennek meg a hőerőművek, ahol a pogácsa elégetésével hőenergia-nyerés a cél. Veszélyt jelenthet az időjárási viszonyokból adódó termésátlag ingadozás, ebből adódóan a biodízelgyárak nem megfelelő működése. A veszélyek közé sorolható továbbá a magas zsírtartalomból, illetve a többszörösen telítetlen zsírsav (PUFA) tartalomból adódó viszonylag rövid raktározhatóság (külföldi szakirodalmak szerint 2–3 hónap), továbbá az előállított állati eredetű élelmiszerek (pl. sertéshús) táplálkozási értékeinek változása.

Irodalomjegyzék

- Babinszky L.* (2002): Magyarország fehérjegyazdálkodásának helyzete és fejlesztési stratégiája, Budapest, 45–55. p.
- Központi Statisztikai Hivatal* (2009): www.ksh.hu, 2009-09-18
- Tell I., Márkus R.* (2007): The Competitiveness of the Piggery branch in Austria and Hungary, Rural Development 2007, Akademija, Kaunas region, Lithuania, 281–287. p.
- United States Department of Agriculture* (2009): Foreign Agricultural Service, www.usda.com, 2009-09-18
- Weiss J., Schöne F.* (2006): Rapskuchen in der Schweinefütterung, UNION ZUR FÖRDERUNG VON OEL- UND PROTEINPFLANZEN E. V., 1–10. p.
- Wekerle L.* (2009): Sertésállomány, 2008. december 1., A sertés, XIV. évfolyam 1. szám, 6–13. p.

DR. PHD MÓRÉ MARIANN*
A Magyar Mezőgazdaság folyóirat témaszerkezetének vizsgálata
Médiakutatás a tartalomelemzés módszerével

Abstract

Hungary's most important agricultural, output-political weekly journal is the *Hungarian Agriculture* (original title: *Magyar Mezőgazdaság*). The first issue was published in 1946 with the purpose of helping the working peasantry's development. I analyzed the articles between 1956 and 2005. According to the principle of content analysis, I limited the number of articles with consideration. I analyzed the articles about harvesting and gathering. It was altogether 171 articles. In all of the 12 categories, there is a high frequency of the topics of quality and workforce. In the articles dealing with harvesting and gathering, there is a high frequency of terms and ideas about quantity and weather. The *Hungarian Agriculture* considers politics and the life-situation or living standard of the people living on agriculture to be important. But it does not consider issues of scarcity or abundance to be important. The people's personal relationship is also not important, at least according to the analyzed paper.

1. Bevezetés

Magyarország legjelentősebb agrár-termeléspolitikai hetilapja a *Magyar Mezőgazdaság*. Első ízben 1946-ban jelent meg azzal a céllal, hogy a tudomány erejével is segítse a dolgozó parasztság munkáját, fejlődését, a termés megindítását. A folyóirat cikkeit a tartalomelemzés módszerével analizáltam. Jelen vizsgálatomban célom annak megállapítása, hogy a *Magyar Mezőgazdaság* milyen szerepet játszik a mezőgazdaság eredményeire és problémáira adott társadalmi válaszok kialakításában, hogyan választ a különböző események, eredmények, gazdálkodási témakörök között, és ezeket hogyan terjeszti a társadalomban.

2. Elemzés

A kommunikációkutatásban a kommunikáció jellemzőinek (mit hogyan és kinek mondtak valamit) Holsti (1969) alapján, valamint a hatásokkal kapcsolatos (milyen hatása volt a közölteknek) elemzések McQuail (2003) alapján vizsgálata elvégzésének legkorszerűbb eszköze ez a módszer. A tartalomelemzés Berelson és Lazarsfeld (1948) munkásságának köszönhetően már a világháború sok tudományágban meghonosodott, de az első módszertani összegzést George (1959) adta. Ezt a módszert alkalmazhatónak véli az agrárkutatásban Lehota (2001). A tendenciaszerű együttes előfordulásokat keresem, ezért nagy időintervallumot kell vizsgálnom. Elemezem a médiahatás és a politikai viszonyát is, ezért a vizsgálati időszak kezdő évének az MSZMP tömegkommunikációs elvei írott dokumentumainak kezdő évét, 1957-et kell választanom. A Krippendorf (1995) által meghatározott szisztematikus mintavételt alkalmaztam $k = 6$ értékkel, azért az összegzést 1957 és 2005 között végeztem. A tartalomelemzés elvének megfelelően a cikkek számát megfontolással korlátoztam. A vizsgált időszakban az aratással és betakarítással foglalkozó újságcikket elemeztem. Összesen 171 cikk tartalomelemzését végeztem el (1. táblázat).

* Adjunktus – Debreceni Egyetem Gyermekevelési és Felnőttképzési Kar.

1. táblázat. Cikkék száma a Magyar Mezőgazdaságban

	1957	1963	1969	1975	1981	1987	1993	1999	2005	Σ
Cikkék száma	15	23	24	36	7	33	3	11	19	171

Forrás: saját vizsgálat

1957-ben 15 cikk foglalkozott aratással vagy betakarítással a Magyar Mezőgazdaságban. A viszonylag kevés közlés magyarázatát az adja, hogy a lap ekkor még csak kéthetenként jelent meg. 1963-tól 1975-ig folyamatosan emelkedik a közlések száma, az aratás és betakarítás különös jelentőséggel bírt a termelőszövetkezeti mozgalomban. A gépesítés fontosságának hangsúlyozása, az ezzel együtt járó előnyök kiemelése, ill. a termelési propaganda magas közlésszámot eredményezett. Az 1981-es alacsony cikkszám részben azzal magyarázható, hogy megváltozott az újság szerkesztése. Nagy számban és terjedelemben jelentek meg reklámok (elsősorban gyomirtó szerekről) és színes, egész oldalas PR cikkek, mialatt a lapterjedelem változatlan maradt. Az újság minden héten egy teljes oldalt szentelt egy politikussal, ill. tsz-vezetővel készült interjúnak. 1993-ban a hetilap 5 címlapján is megjelenik aratással kapcsolatos tetszetős kép, de a belső tartalom nem követi ezt, csupán 3 cikk foglalkozik a témával. A lap szerkesztésében már a pénzügyekkel kapcsolatos cikkek dominálnak: külön rovat foglalkozik a pénzühiánnyal, a kárpótlással, a hitelfelvétel lehetőségével, a tőzsdei eseményekkel. Az újság valódi szakkalappá alakul, azokat a témákat tartja napirenden, ami a termelők számára hasznos információ: segíti a gazdálkodást, a tájékozódást, kitekintést nyújt arra is, hogyan boldogulnak a gazdák külföldön. 1999-ben az Európai Unióval foglalkozó témakörök dominálnak. A lap közel fele hirdetés, érezhető a kiadás anyagi problémája, a bevételi kényszer. 2005-ben az Európai Unió csatlakozás következményeinek elemzése, az alkalmazkodás a kiemelt téma. A tartalomelemzéses vizsgálat alapeleme a kategóriarendszerek létezése, melynek legáltalánosabb formái a kategóriaszótárak és kategóriakatalógusok, amelyek azt határozzák meg, hogy az egyes szavak milyen magasabb fogalmi csoportba sorolhatók. Mezőgazdasági tartalmakra vonatkozó kategóriarendszer nem létezik, ezért önálló szótárat kellett alkotnom, amelyek gyakoriságát a 2. táblázat mutatja be.

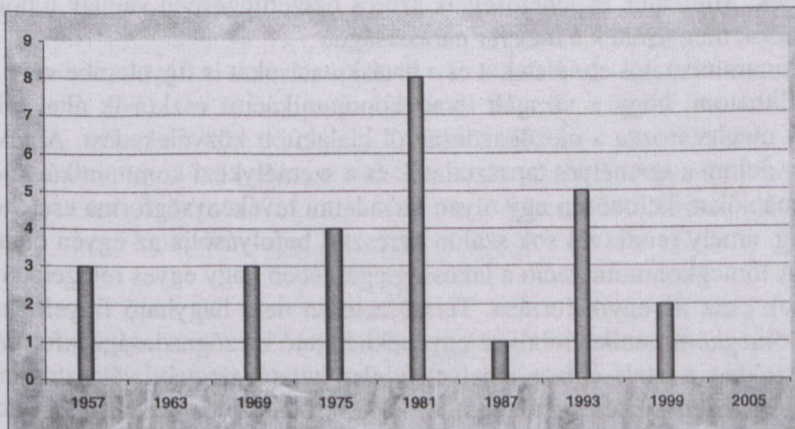
2. táblázat. A Magyar Mezőgazdaságban vizsgált tartalmak gyakorisága 1957–2005 között

	1957	1963	1969	1975	1981	1987	1993	1999	2005	Σ
Mennyiség	13	10	15	7	14	17	5	17	24	13
Minőség	16	25	33	26	14	23	10	16	17	24
Gazdaságosság	17	1	5	8	10	17	19	5	11	8
Munkaerő	32	40	20	22	18	13	10	6	5	21
Időjárás	7	5	10	16	24	9	10	20	19	13
Pozitív élethelyzet	0	14	3	1	0	6	0	6	7	5
Negatív élethelyzet	0	1	3	7	4	3	14	19	10	6
Politika	4	1	2	7	6	2	14	7	5	4
Tudomány	3	0	3	4	8	1	5	2	0	2
Emberek	0	0	1	0	0	1	0	2	0	1
Bőség	7	0	4	1	0	3	0	2	0	2
Hiány	1	3	2	2	2	3	14	0	1	2
Σ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Forrás: saját vizsgálat

A mezőgazdaság vonatkozásában a vizsgált időszakban jellemző, hogy a Magyar Mezőgazdaság figyelmének előterében a minőséggel, munkaerővel, időjárással és mennyiséggel kapcsolatos elemek állnak. A magas gyakoriságból arra következtethetünk, hogy a mezőgazdaságban a termés mennyisége, s az ebben szerepet játszó időjárás és természeti tényezők különösen fontos elemek. A termés mennyiségének hangsúlyozása összefüggésben van azzal, hogy 1963 után a búza a kukorica és a cukorrépa termésátlaga olyan mértékben emelkedett, amelyre a megelőző több mint ötven évben nem volt példa.

A közlésekben a minőség kiemelt jelentősége mögött csak részben áll a termés minősége, az ebbe a kategóriába sorolt géppark fejlődése és állapota fontos szerepet játszik a gyakoriság magas értékében. A mennyiség és a minőség kérdéskörének napirenden tartása nemegyszer propagandisztikus irányultságú, elsősorban a termelési sikerekre és a mennyiségi növekedésre kívánták ráirányítani a figyelmet. Kevés figyelmet szentel a lap az emberek személyes viszonyait tükröző tartalmaknak, amelyben szerepet játszik az is, hogy a Magyar Mezőgazdaság olyan szaklapnak tekinthető, amelynek szerkesztési elveiben feltétlenül nem szerepel a termelésből következő személyes viszonyok (áruezellátás, árukínálat, fogyasztói árak) közlése. Összességében kevés a hiánnyal és bőséggel kapcsolatos tartalom, de az évenkénti elemzés sokat elárul a kor gazdasági és politikai viszonyairól. Figyelemre méltó, hogy a gazdaságosságra, hatékonyságra utaló tartalmak háttérbe szorulnak a mennyiségi és minőségi tartalmak közléséhez képest. Az ebbe a kategóriába tartozó tartalmak közül elsősorban a kártevők elleni védekezés, a termelési szerkezet és a fajtaválaszték témák szerepelnek. Az olajárrobbanás utáni években a gazdaságosság fogalma az üzemanyaggal való takarékosággal kapcsolódik össze. A mezőgazdaságból élők élethelyzetére utaló tartalmak közül inkább a negatív elemeket közli a lap, mint a pozitívakat, de a további bontás lehetőséget ad arra, hogy a mezőgazdaságból élők életviszonyait feltárjuk. A teljes időszakot tekintve a tudomány és a politika gyakorisága alacsony. A tudomány eredményeinek a mezőgazdasági termelésbe való beépülése az aratás és betakarítás kapcsán alacsony gyakoriságot mutat, elsősorban a kutatóintézetek fajtakutatásához kapcsolódik. Az évenkénti elemzés a politika esetében jól tükrözi a kor elvárásait és az újságírói lehetőségeket. Jelen elemzésemben külön kiemelem a mezőgazdaság és a tudomány kapcsolatára utaló tartalmak összefüggését, amellyel azt akarom feltárni, hogy a tudomány foglalmi milyen mértékben és mikor kapcsolódnak a mezőgazdaság foglalmihoz, napirendi kérdéssé válhat-e a tudás és a tudomány a mezőgazdasággal kapcsolatban egy szaklap esetében.



1. ábra. A tudomány fogalmával összefüggésbe hozható tartalmak gyakorisága
(Forrás: saját vizsgálat)

A legmagasabb előfordulás a közléseknek csupán 8%-ában jelenik meg. A tartalmak a vizsgált időszak első évében részben a „szovjet tudós elvtársak” termelési tanácsaihoz, majd a kutatóintézetek fajtakisérleteinek eredményeihez kötődnek. 1975-től megjelennek a tudomány és a gyakorlat összefüggéseit bemutató írások, majd egyre gyakrabban szerepelnek laboratóriumi kutatásokra utaló cikkek, illetve az aratás helyszíni laboratóriumi vizsgálatára kifejlesztett mozgólaboratóriumokat bemutató közlések. A tudomány fogalmkörét a *Magyar Mezőgazdaság* szerkesztősége az összes elemzett közléshez képest csak kevéssé tartja napirenden, 1963-ban és 2005-ben az aratással és betakarítással összefüggésben nem talált említésre méltó tudományos eredményt a szaklap. A hatáselemleteket vizsgálati eredményeimmel összevetve a folyóirat írásai által az olvasókban keltett benyomás szerint: a mezőgazdaságból élők a vizsgált időszak egészében inkább rosszabbul éltek, mint jól, gyakran küszködtek nehézségekkel. Nehéz fizikai munkát végeznek, amely nem mindig térül meg a termények eladásából. Megélhetésükre hatással van az időjárás, a politika. Gazdálkodásukra csak lassan hatnak a tudomány eredményei. A tartalomelemzés elmélete szerint jelentőséggel bír valamely kategória hiánya is. A tudomány kategóriájának ilyen alacsony gyakorisága azt az érzetet kelti az olvasókban, hogy a tudományos eredmények, a kutatások nem játszanak kiemelkedő szerepet a mezőgazdaságban. A kutatóintézetek a sajtó útján nem képesek eljuttatni eredményeiket a polgárokhoz, s ezzel nem képesek igazolni a társadalom számára fontos, hasznos tevékenységüket.

3. Összefoglalás

A Magyar Mezőgazdaság folyóirat az 1957 és 2005 között a vizsgált években összesen 171 aratással és betakarítással foglalkozó újságcikket közölt. A közlésekben a minőséggel, mennyiséggel, időjárással, munkaerővel kapcsolatos fogalmak kapták a legnagyobb hangsúlyt. A mennyiségi és minőségi kategóriák a vizsgált időszak első részében összefüggésben vannak a propagandisztikus elvárásokkal. A munkaerővel kapcsolatos fogalmakban nagy számban jelennek meg a szakértelemmel kapcsolatos kérdések, s a Magyar Mezőgazdaság szaklap jellegétől eltérően nagy jelentőséget tulajdonított a parasztok jövedelmi és ellátási viszonyai bemutatásának is. A vizsgált időszak minden évében több negatív, mint pozitív tartalmat közöl a lap, a mezőgazdaságból élők élethelyzetét inkább rossz, mint jó színben tünteti fel. A lap által fenntartott témaszerkezet szerint a mezőgazdaságból élők nehéz körülmények között dolgoznak, gondokkal küzdenek, kiszolgáltatottak, tökehiányban szenvednek. Munkájuk és lehetőségeik szoros összefüggésben vannak a politikával, a szerkezetváltások megviselték a magyar parasztságot.

A tömegkommunikációs elméleteket és a hatáskutásokat is figyelembe véve természetesen nem állíthatom, hogy a vizsgált tömegkommunikációs eszközök által alkotott kép egyértelműen meghatározza a mezőgazdaságról kialakított közvélekedést. Alapvető jelentőségűnek gondolom a személyes tapasztalatok és a személyközi kommunikáció csatornáin áramló információkat, különösen egy olyan társadalmi tevékenységforma esetében, mint a mezőgazdaság, amely rendkívül sok szálon keresztül befolyásolja az egyén életét, személyes világát. A tömegkommunikáció a lakosság egészében vagy egyes rétegeiben fellelhető véleményeknek csak az egyik forrása. Természetesen nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy a tömegkommunikációból az egyénekhez jutó mezőgazdasági információk nem merülnek ki azokban a közlésekben, amelyeket jelen kutatás tárgyául választottam.

Az általam elemzett közlések mellett a tömegkommunikációs üzenetfolyam más területeiről is levonható következtetés a mezőgazdaságra vonatkozóan. Vizsgálatom nem is célzott meg többet, mint 171 mezőgazdasági témájú újságcikkből egy tendencia felvázolását.

Irodalomjegyzék

- George A. L.* (1959): *Propaganda Analysis: A Study of Interferences Made from Nazi Propaganda is World War II*. Evanston, IL: Row, Peterson.
- Berelson, B. & Lazarsfeld* (1948): *The Analysis os Communication Content*. Chicago & New York: University of Chicago & Columbia University.
- Berelson, B.* (1952): *Content Analysis is Communications Research*. New York: Free Press. 18. p.
- Estók, J.–Fehér. Gy.–Gunst, P.–Varga, Zs.* (2005): *Agrárvilág Magyarországon 1848–2004*. Argumentum Kiadó/Magyar Mezőgazdasági Múzeum, Budapest. 322. p.
- Krippendorf, K.* (1995): *A tartalomelemzés módszertanának alapjai*. Balassi, Budapest.
- Leftwich, C. J.* (1984): *The Black Bock of Polosh Censorship*, New York, Vintage Books.
- Lehota, J.* (2001): *Marketingkutató az agrárgazdaságban*. Mezőgazda, Budapest.
- Holsti, O. R.* (1962): *The belief system and national images: John Foster Dulles and the Soviet Union*. Stanford Univesity.
- Mcquail, D.* (2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Osiris, Budapest. 266. p.

DR. PHD HORVÁTH JÓZSEF—DR. PHD BODNÁR KÁROLY:^{*} Vidékfejlesztési lehetőségek Kakasszéken és környékén

Abstract

Kakasszék is a small village situated in the Eastern border of Csongrád County between Székkutas and Orosháza. The area is low in moisture and it is characterised by extreme moisture distribution. The environment of Kakasszék is surrounded by relatively less lick soil and arable land of high quality. The proportion of arable land from the agricultural area is over 72%, the meadow and pasture farming is outstanding, its proportion is 20% in Kakasszék. The separation of the croplands restricts the efficient production in the majority of small farms. The unemployment, however, is the lowest in Székkutas in the micro-region. The rural tourism, especially indoor game breeding as a tourist spectacle could provide considerable attractiveness. Moreover, the village-guest table has outstanding significance by serving traditional foodstuffs prepared and sold in the place.

1. Bevezetés

Kakasszék Csongrád megye keleti határán Székkutas és Orosháza között, a 47. számú közlekedési főút mentén elhelyezkedő, közigazgatásilag Székkutashoz tartozó kistelepülés. A térség éghajlatára jellemző a meleg, száraz, forró nyár, viszonylag meleg ősz, mérsékelten hideg tél. A település határában túlnyomórészt réti csernozjom és alföldi mészlepedékes csernozjom, a mélyebben fekvő agyagos löszös üledéken réti és szikes talajok képződtek. Kakasszék növénytermesztését a szántóművelés és ezen belül is a nagytáblás szántóművelés túlsúlya jellemzi. Az itt élő vidéki népesség foglalkoztatási- és jövedelmi viszonyai, iskolai végzettsége, és ezen belül szakmai képzettsége is elmarad az országos átlagtól. Mindezen adottságokból kiindulva jelen tanulmányban körvonalazni szeretnénk a településnek és környezetének néhány lehetséges fejlesztési irányát. A Hódmezővásárhelyi kistérség integrált fejlesztési programjából kiderül (Jávor et al. 2006), hogy az elkészült tervdokumentumok aránylag kevés intézkedést tartalmaznak a táji adottságokhoz jobban alkalmazkodó mezőgazdaság kialakítása érdekében.

2. A térség éghajlati adottságai

A terület csapadékban szegény, az évi csapadék összege átlagosan 540–580 mm körüli. A térség vízellátottságára a télvégi, kora tavaszi, illetve a nyárvégi, őszi vízbőségek mellett rendszerint a tavaszi, kora nyári vízhiányok jellemzők. Az éghajlat több év átlagában túlnyomó részben (51%) száraz, illetve nedves (32%), s csak a fennmaradó időszak (17%) kedvező (VÁTI Kht.–MTA RKK ATI–VIZITERV Consult Kft. 2006). A nedves periódusra jellemző belvizesedés nagy területeket érint, ugyanakkor belvíz száraz években is jelentkezhethet a csapadék éven belüli szélsőségeinek következtében.

3. A térség talajadottságai

Kakasszék határában sokféle talajtípus alakult ki. Kakasszék környezetében egy viszonylag kevesebb szikessal és több jó minőségű szántóval borított határrész terül el. A Kakasszék-értől északra levő területek jó földjét fekete homoknak nevezik. A jó földek, és a táj sajátos éghajlata a pusztaiakat vetőmag termesztésére készítette. A vöröshagyma, salá-

^{*} Szegedi Tudományegyetem Mezőgazdasági Kar, Hódmezővásárhely.

ta és egyéb zöldségfélék magva Európa sok részén keresett volt. A termőréteg nem vastag. Ezt mutatják az akácfa is. Itt 30–40 év alatt nem vastagodnak meg annyira, mint mélyebb termőtalajon 20 esztendő alatt. Viszont a belőlük készült oszlopok évtizedeken keresztül sem korhadnak el a földben. Ezek az igazi szerszámfának valók.

Az értől déli irányban elterülő szikes, tocsogós gyepterület juhok legeltetésére alkalmas. A szárazabb klíma alatt kialakuló sztyepp-flóra mindig koncentráltabban tartalmazza az esszenciális aminosavakat és a fontos ásványi anyagokat.

Kakasszék körzetében a földek aranykorona-értéke átlagosan 30 AK/ha. A csapadék eloszlása ezen a területen igen szélsőséges, ami a növényzet forró nyári vízigényét nem elégíti ki, és így évente átlagosan kb. 150 mm víz hiányzik. Aszályos nyarakon ennél jóval nagyobb vízhiány jelentkezik, ezzel szemben az egymást követő esős, hűvösebb években átmeneti vízfelesleg képződik, mely belvízkárokat okozhat. Borhidi (2002) kiemeli, hogy súlyosan vízhiányos területeken a birtokok értékét nem a nagysága, hanem a forráshoz való közelsége és a rajta áthaladó öntözőcsatornák hossza határozza meg.

Vízbüség idején tehát belvizekkel, a szárazabb időszakokban viszont aszályal találkozhatunk, így elmondható, hogy a térség egyszerre szenved a víztől és annak hiányától. A fenntartás hiánya miatt a csatornahálózat csak 30–60%-ban alkalmas a belvizek elvezetésére. Ebben a helyzetben – a jelenlegi földhasználat mellett – már egy közepes nagyságú belvíz megjelenésekor is számolni kell az igen jelentős, akár két-háromszoros védekezési költségekkel és jelentős mezőgazdasági károkkal.

A föld tulajdonviszonyok megváltoztak, a birtokok részben elaprózódtak, a belvízelvezető csatornák tulajdonviszonyai, és kezelőinek helyzete nem tisztázott. Kakasszéken az öntözésre berendezett területek nagysága a kilencvenes évek közepéhez képest 25%-kal csökkent.

4. Földhasználat, művelési ágak

Mozaikosságra, a domborzati adottságokhoz való alkalmazkodásra, a Kakasszéki-érvonalát követő kistáblás szántóterületek utalnak. A mezővédő erdősávok hiánya, a zöldfelületek csekély volta, és a talajok deflációjából származó terhelés a közlekedésből származó porszenyezéssel együtt egészségkárosító szennyezést eredményezhet.

A tájhasználatnak az adottságokhoz való alkalmazkodása tehát fontos volna mind a gazdálkodás, mind a belvíz- és aszályprobléma csökkentése szempontjából. A táblaméreteket úgy kellene meghatározni, hogy szélirányban legalább 200–250 m-nyi távolságokban 15–50 m széles erdősávokkal tagoljuk a tájat. A vízvisszatartási és szélfogó képesség szempontjából nagyon fontos az erdőszegély és a cserjeszint megléte.

Székkutas–Kakasszéken a mezőgazdasági területből a szántó művelési ág részaránya meghaladja a 72%-ot. A szőlő- és a gyümölcsstermesztés területe együttesen alig éri el az összerület 0,3%-át. A rét- és a legelőgazdálkodás kiemelkedő, részaránya 20% körüli, ami zömében a 8–12 AK értékű földekre jellemző. A gyengébb minőségű területek kivonása következtében a gyepterületek aránya tovább is nőhet, amelyek kihasználása kérődző állatfajok létszámának jelentős növelésével vagy alternatív megoldásként pl. zárttéri vadtenyésztéssel lehet megoldható. Kakasszék területének 1%-os erdőültetési foka – még a megyei átlaghoz viszonyítva is –, nagyon alacsony, pedig az is messze országos átlag alatti.

4.1. A növénytermelés szerkezete

A térségben a legelterjedtebb termesztett haszonnövények a búza, kukorica, őszi árpa, napraforgó, lucerna és vöröshagyma. A szántóterületek körülbelül 55–60%-án búza és kukorica termesztése folyik. A szántóföldi növénytermesztésben az olajnövények (napraforgó, repce) termesztése 10–10%-ban alakult az elmúlt évek átlagában.

Székkutas vonzáskörzetében a gyógynövény-termesztésnek és -gyűjtésnek hagyományai vannak. Az ökológiai és talajadottságok mellett a múltbeli tapasztalat is a további fejlesztés mellett szól, amellyel, hogy nagy élőmunka-igényű tevékenység. Az alkalmazott fajok (lestyán, római kamilla stb.) a viszonylag jó minőségű talajokon (27–28 AK) termesztethetők a legjobban. Jelenleg a tevékenység visszaesett, de Székkutason foglalkoznak 10 hektár nagyságú területen gyógynövény-termesztéssel. A Herbária helyi üzeme azonban nagyrészt külföldről hozza be az alapanyagot.

Elvértve lehet példát találni arra, hogy néhány egyéni gazdálkodó az elmúlt években gyümölcsös telepítésébe kezdett. A környező térségekkel összehasonlítva Kakasszéken és környékén nem játszik meghatározó szerepet a zöldségtermesztés sem. Mindazonáltal érdemes lenne megvizsgálni termelő-értékesítő szervezet (TÉSZ) alapításának létjogosultságát a településen. Ennek a szövetkezésnek a jelentősége abban áll, hogy az EU egyedül ezen a szervezeti formán keresztül támogatja a zöldség-gyümölcs ágazatokat.

A birtokszerkezetre az elaprózottság jellemző, amit tovább nehezít, hogy a kárpótlásban és privatizációban kapott földek nem egy helyen találhatók, a birtokkoncentráció, egyesítés nem valósult meg, és az önkéntes földcserek sem működnek. A különböző helyeken található földterületek miatt a gazdálkodók sok időt töltenek a területek közti fel- és levonulással, gyakran rákényszerülve arra, hogy mezőgazdasági gépeikkel a városokon vagy a településeken keresztül közelítsék meg a földterületeiket.

A működő kisgazdaságok többségében a termőterületek elaprózottsága a hatékony termelést korlátozza. Különösen igaz ez az 1–5 hektáros kényszer mezőgazdasági vállalkozásokra, akiknél gyakori az elavult, amortizálódott géppark, az elégtelen tápanyag-utánpótlás, esetenként a hiányos szakértelem és a gyér tőkeellátottság. A takarmánynövényeket főként a saját állatállomány takarmányozására használják. A közelben Szegeden és Szentesen van nagybani árusításra alkalmas piac, de a nagyobb volumenű kereskedelem a budapesti nagybani piacon történik.

5. Demográfiai és humán tényezők

E vidéki népesség foglalkoztatási és jövedelmi viszonyai, iskolai végzettsége, és ezen belül szakmai képzettsége is elmarad az országos átlagtól. Ugyancsak jelentős a lemaradás az egyetemet, főiskolát végzettek és az érettségizettek számarányát tekintve. Kedvezőtlen, hogy a Hódmezővásárhelyi kistérség vitalitási indexe (14 év alatti és 60 év feletti népesség hányadosa) nem éri el az 1-es értéket, ami rávilágít a települések elöregedő népességére, az egy főre jutó eltartottak növekvő számára. A környékbeli települések közül a kép legkedvezőtlenebb Székkutas–Kakasszéken, ahol a 60 év feletti és a 14 év alatti korosztály 2/3–1/3 arányban él. A vitalitási tendencia kedvezőtlen, ami az eltartottak egyre növekvő számát, a népesség elöregedését vetíti előre. A csökkenő, elöregedő népesség a jövőre nézve munkaerőpiaci problémákat is magában hordoz.

A külterületi népesség száma az elmúlt évtizedben stagnált, illetve növekedésnek indult, ami a „farmgazdasági” modellhez, azaz az optimális tanyai gazdálkodáshoz köthető. A környéken a mezőgazdaságban foglalkoztatottak arányának csökkenése jellemző. A csökkenés ellenére Székkutas jellegzetesen mezőgazdasági település, ahol a mezőgazdasági népesség aránya napjainkra is meghatározó maradt (30–40%). A munkanélküliségi ráta a Hódmezővásárhelyi kistérségben 11,6%, ami az országos átlagot kismértékben meghaladja. A munkanélküliség azonban a kistérségen belül Székkutason a legalacsonyabb. Dorgai (1998) szerint a gazdasági fejlődéssel párhuzamosan csökken a vidéki népesség száma és aránya, hasonlóan a vidéki térségek viszonylagos súlya a gazdaság teljesítményében.

6. Falusi turizmus a térségben

Az adottságokat tekintve Kakasszék számos, a Magyar Turizmus Zrt. által felvázolt, kiemelten kezelendő területen fel tud(na) mutatni valamilyen turisztikai terméket. Ezek az egészségturizmus, falusi turizmus, aktív turizmus, ökológiai turizmus, gasztronómiai turizmus. Ennek ellenére Székkutas–Kakasszék turisztikailag „fehér foltnak” számít még belföldi keresletben is, turisztikai forgalma jóval alatta marad a lehetőségeinek.

A falusi turizmus a szállás biztosításán kívül a tájjellegű ételek kínálatát, kirándultatást, horgásztatást, lovagoltatást is magába foglalja. Vadászati adottságaiban a térségre a nagyszámú apróvad (őz, mezei nyúl, fácán) jellemző. Szervezett vadásztatást a térségben a Székkutasi Vadásztársaság végez. A zárttéri vadtenyésztés, mint turistalátványosság is jelentős vonzerőt képezhetne.

Örömteli, hogy Székkutason hosszú ideig nem volt bejegyzett szálláshely, a közelmúltban azonban létesítettek néhányat, közöttük négy napraforgós, vagyis a falusi szálláshelyek közül a legmagasabb minőségi kategóriába sorolhatót is.

7. Fejlesztési javaslatok

Bainé Szabó et al. (2005) is javasolja, hogy településfejlesztési programok készítése előtt érdemes lenne megállapítani a települések fejlettségét, feltárni az elmaradottság okait, és mindezeket beépíteni a településfejlesztési koncepciókba, hiszen ezek megalapozhatják a fejlesztési célok és a jövőkép megfogalmazását. A fent vázolt adottságokkal és problémákkal összefüggésben meghatározhatók Kakasszék fejlesztésének lehetséges prioritásai.

7.1. A mezőgazdaság versenyképességének javítása a fenntartható fejlődés keretei között

Ezen belül:

- Piacképes termékszerkezet kialakítása a helyi értékek megőrzésével, marketing fejlesztése,
- tájékoztató az EU mezőgazdasági termelést és értékesítést szabályozó, valamint támogatási rendszeréről,
- a mezőgazdasági termelés minőségének és hatékonyságának elősegítése,
- a mezőgazdaság technológiai fejlesztésének elősegítése,
- agrárinformációs és szolgáltató centrum kialakítása, működtetése,
- új típusú szövetkezesek és termékpálya-kapcsolatok feltérképezése,
- alternatív és ökológiai gazdálkodás feltételeinek megteremtése, bemutató gazdaságok létesítése,
- tájékoztató a földbirtokrendezésről, valamint az EU földbirtok-politikájáról,
- korszerű, életképes birtokszerkezet kialakítása.

7.2. A település esélyegyenlőségének és versenyképességének elősegítése

Kis (2006) szerint a vidékfejlesztés a területi egyenlőtlenségek mérséklése érdekében történő korrekciós beavatkozás. Ezt az elvet is alapul véve az alábbi javaslatok fogalmazhatók meg:

- Helyi gazdaság diverzifikációjának elősegítése (vadászat, zárttéri vadtenyésztés, gyógynövény-termesztés, gyógynövény-feldolgozás, virágmagtermesztés, falusi turizmus stb.),

- falusi turizmus infrastrukturális feltételeinek megteremtése (minősített szálláshelyek kialakítása),
- mezőgazdasági termékek feldolgozásának fejlesztése,
- saját mezőgazdasági termékek direkt értékesítése (falusi vendégasztal),
- egészségturizmus lehetőségeinek kihasználása és továbbfejlesztése (szanatóriumi rehabilitáció-rekreáció, sportolási lehetőségek fejlesztése),
- kézműves mesterségek helyben készült termékeinek a turizmus keretében való értékesítése (pl. hímzés, bőrdíszmű, molyirtó zacskó levendulával töltve stb.),
- a terület- és településrendezési tervekkel összehangolt erdőtelepítési és fásítási programok,
- a helyi lakosság életminőségének, életterének javítása.

Összességében elmondható, hogy Székkutas–Kakasszék környékén az agroökológiai potenciálhoz illeszkedő tradicionális mezőgazdasági termelés nem tekinthető a településfejlesztési alappillérenek. A fejlesztés egyik fontos prioritásaként jelölhető meg a mezőgazdasági ágazati struktúraváltás elősegítése, a piacképes termelési szerkezet kialakítása. A munkaintenzív és relatíve szaktudásintenzív, ugyanakkor magas jövedelmezőséget eredményező ágazatok az alternatív gazdálkodási területeken keresendők. Megemlíthető a fentebb említett gyógynövény-termesztés, valamint -feldolgozás, illetve a vetőmagtermesztés is. Javasoljuk a virágmag-termesztést, amely a turizmushoz kapcsolódva esztétikai értékkel is bír. Megfontolandó az ökológiai gazdálkodás bevezetése és elterjesztése. Segítséget kell nyújtani a gazdálkodóknak, hogy áttérjenek a biogazdálkodásra. A kedvezőtlen adottságú térségek erdősítése is fontos célkitűzés a fent leírtakkal összhangban, de az csak magas szintű támogatás mellett képzelhető el. Erre EU támogatások igénybe vehetők (telepítési és ápolási költség, valamint kieső jövedelem kompenzációja).

Ezekhez szorosan kapcsolódik a másik fontos lehetséges fejlesztési terület a falusi turizmus. Ennek keretében a fentebb részletezett vadászat, vadtenyésztés, lovaglás, sport, természetjárás stb. mellett kiemelten lehetne foglalkozni az egészségturizmussal. Kevésbé eszközigenyes kézműves mesterségek alkalmazásával (szükség szerint a helyi lakosság betanításával) közvetlenül a turisták részére eladható ajándéktárgyakat lehetne előállítani. Emellett kiemelkedő jelentőségű a falusi vendégasztal szolgáltatás, a helyben készített házas ételek értékesítése.

Irodalomjegyzék

- Bainé Szabó B.–Balogh P.–Kovács S.–Tikász I. (2005): A településfejlesztés megalapozása Hajdú-Bihar megyében, AVA Konferencia CD kiadványa. Összefoglaló: 91. p.
- Borhidi A. (2002): Gaia zöld ruhája. Magyarország az ezredfordulón. Stratégiai kutatások a Magyar Tudományos Akadémián. MTA, Budapest. 331. p.
- Dorgai L. (1998): A területfejlesztéstől a vidékfejlesztésig az agrárgazdaság nézőpontjából. A Falu. XIII. évfolyam 2. szám. 17–33. p.
- Jávor K.–Sain M.–Magócs K.–Czene Zs.–Földesi P. (2006): A Tisza-térség integrált fejlesztési programjának kistérségi továbbtervezése. VÁTI Kht., Budapest. 47. p.
- Kis K. (2006): Vidékfejlesztés és a vidékgazdaság. Szegedi Tudományegyetem Mezőgazdasági Főiskolai Kar, Hódmezővásárhely. 72. p.
- VÁTI Kht.–MTA RKK ATI–VIZITERV Consult Kft. (2006): A Hódmezővásárhelyi kistérség integrált területfejlesztési, vidékfejlesztési és környezetgazdálkodási programja. Budapest. 149. p.

DR. CSC CSORDÁS LÁSZLÓ:^{*}
**A turizmus helyzetének változása az Alföldön és a jelenség térbeli
 terjedése Magyarországon**

Abstract

Between 1990–2007 the number of commercial and private accommodation rooms, and the number of the catering establishments increased most dynamically (more than 30%) on the Great Hungarian Plain. The inland tourism developed dynamically too: the proportion of inland guests' increased from 45 to 76%, and the guest nights from 47 to 71%. The 6 plain counties so in the future primarily the scenes of the domestic tourism. The number of foreign guests decreased 50%, the foreign guest nights with 33%. The 30% of the South-Plain and 23% of the North-Plain settlements engaged in the tourist traffic registered on the commercial accommodation rooms. The forming of the accommodations so contributed to the tourists' evenner spatial distribution, the solution of the congestion of centres, for the background settlements of the centres until now and to involving the areas handled as a blind spot tourismwise earlier in the tourism.

1. Bevezetés, célkitűzés

A turizmus napjainkban a gazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata. A nemzetközi turistaérkezések száma a Földön meghaladja a 900 milliót, az abból származó bevétel pedig a 700 milliárd amerikai dollárt. Ehhez szerény mértékben hozzájárul hazánk is: évente kb. 40 millió külföldi lépi át a magyar határt, s a turizmusból származó bevételeink meghaladták a 3 milliárd eurót. E tömegjelenség az ország egyes vidékeit különböző helyzetben találta a rendszerváltozás idején. Az egyes települések, kistérségek, megyék és régiók az elmúlt másfél évtizedben a turizmus fejlesztésében fantáziát láttak, s szerettek volna a fennálló – számukra sokszor előnytelen – helyzetet változtatni.

A vizsgálat során a következő kérdésekre kerestem választ:

1. Az Alföld turizmusa 1990 óta volumenében növekedett-e?
2. Az országon belüli arányok kiegyenlítettebbekké váltak-e, hozzájárultak-e a turisták egyenletesebb területi megoszlásához, vagy a korábbi folyamatok továbbra is érvényesek?
3. A turizmus térbeli terjedése, diffúziója bekövetkezett-e, azaz 1990 óta a turisták ténylegesen több magyarországi településen jelentek-e meg a kereskedelmi szálláshelyeken?

2. A vizsgálat módszerei

A turisztikai forgalom mérési nehézségeinek részletes bemutatásától – amelyről, különösen az EU-csatlakozás és a schengeni zónába való belépés után akár egy tanulmányt is lehetne készíteni – eltekintenek, de feltétlenül meg kell említeni, hogy az általam vizsgált mutatók csak egy részét fedik le a turizmus szálláshely-forgalmának. Az ingyenes magán-szállások és a magánüdülők együttes arányát – csak a belföldi utazások esetében – a Ma-

^{*} Kandidátus – Szegedi Tudományegyetem TTIK Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

gyar Turizmus ZRt. kiadványa is legalább 61,5%-ra teszi, míg a kereskedelmi szálláshelyekét kevesebb mint 20%-ra.

Az adatok forrását a KSH T-Star évenkénti, idegenforgalommal kapcsolatos mutatói jelentették. Választásom azonban azért esett a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmára, mivel ellenőrzött forráshoz leginkább ezen szállástípusoknál jutunk, adatai települési szinten is összesíthetők, ezért leggyakrabban mások is ezeket használják.

Alföld alatt – részben a statisztikai adatokhoz való hozzáférés érdekében is – az Észak- és Dél-Alföld statisztikai-tervezési régiókat, tehát az általuk lehatárolt, teljes területével az Alföld nagytájon található 6 megyét értem.

3. A turizmus helyzete és változása az Alföldön

Az Alföld turizmusában 1990 óta bekövetkezett változások érzékeltetésére néhány, az elsődleges turisztikai szuprastruktúrához tartozó (szálláshely, vendéglátás) jelzőszámot szeretnék bemutatni (1. táblázat). Mivel a vendéglátóhelyeket a turistákon kívül helybeli lakosok is igénybe vehetik, ezért elsősorban a szálláshelyek forgalmi adatait szeretném bemutatni

Megfigyelhetjük, hogy a vizsgált mutatók közül 1990–2007 között a kereskedelmi és magánszállás-férőhelyek, valamint a vendéglátóhelyek száma igen dinamikusán nőtt (>30%), s utóbbiak kivételével az Alföld részesedése is több százalékponttal emelkedett az országos értéken belül. Bár a vendégek száma impozánsan, 19%-kal emelkedett, de – az átlagos tartózkodási idő folyamatos csökkenési tendenciája következtében – a vendégéjszakák száma gyakorlatilag változatlan maradt a vizsgálat kezdő és záró éveiben. A külföldi vendégek száma közel felére, az általuk eltöltött vendégéjszakáké pedig egyharmadával csökkent, így a külföldiek részesedése a teljes vendég- és vendégéjszaka-forgalomból 7,8, illetve 8,9%-ra esett vissza.

1. táblázat. A turisztikai szuprastruktúra néhány főbb mutatójának alakulása az Alföldön, 1990, 2007

Mutató neve	1990 (ezer)	2007 (ezer)	változás mértéke, 1990– 2007, %	az Alföld aránya %, 1990	az Alföld aránya %, 2007	változás mértéke*, 1990– 2007, %-pont
Kereskedelmi szállásférőhelyek (a továbbiakban ker. szf.) száma	51,1	67,3	31,7	16,7	21,4	4,7
Vendégek száma ker. szf.	960	1143	19	17	15,3	-1,7
Külföldi vendégek száma ker. szf.	528	270	-49	14,3	7,8	-6,5
Vendégéjszakák száma ker. szf.	3161	3182	0,7	14,1	15,8	1,7
Külföldiek vendégéjszakáinak száma a ker. szf.	1359	905	-33,4	10	8,9	-1,1
Magánszállás-férőhelyek száma* 1999-2007	15	25	40	7,5	11,2	3,7
Vendéglátóhelyek száma	11	15,5	40	28,4	27,2	-1,2

Forrás: A szerző saját szerkesztése a KSH T-Star évenkénti adatainak egyedi feldolgozásával

Ezzel párhuzamosan – részben az 1998 óta is működő üdülési csekkrendszernek, valamint a Széchenyi-terv turizmusfejlesztési programjainak következtében megvalósult beruházásoknak köszönhetően – a belföldi turizmus dinamikusán fejlődött. Az Alföld területén

lévő kereskedelmi szálláshelyek ma már elsősorban belföldi vendégeket fogadnak: míg 1990-ben arányuk még nem érte el az 45%-ot, addig 2007-ben a 76%-ot is meghaladta. A vendégéjszakákat tekintve a hat alföldi megyében együttesen 47-ről 71%-ra emelkedett a hazai lakosok aránya. Mindez hozzájárult ahhoz is, hogy a belföldiek vendég- és vendégéjszaka forgalmában hazánk 20–22% közötti részesedését mondhatta magáénak a nagyrégió a vizsgált időszak elején és végén is.

A fentiek tehát azt mutatják, hogy összességében a külföldi vendégek és vendégéjszakák száma és az Alföld országon belül részesedése jelentősen csökkent. Az alföldi megyék tehát továbbra is elsősorban a hazai turizmus színterei.

4. A turizmus diffúziója Magyarországon

Az egyes térhez kötődő jelenségek – mint pl. a turizmus – különböző területeken való megjelenésével, terjedésével, annak hatásaival, tervszerű fejlesztésével többen is foglalkoztak (Martonné Erdős K. 1990; Csordás L. 1994, 2007; Aubert A.–Szabó G. 1999; Boros L. 2002; Illés S.–Michalkó G. 2003; Michalkó G. 2004; Medgyes T.–Kóbor B.–Móricz Á. 2006; Bajmócy P.–Józsa K.–Pócsi G. 2007; Boros L.–Hegedűs G.–Pál V. 2007; Józsa K. 2007; Juray T. 2007; Pap Á. 2007, 2008; Fabula Sz. 2009).

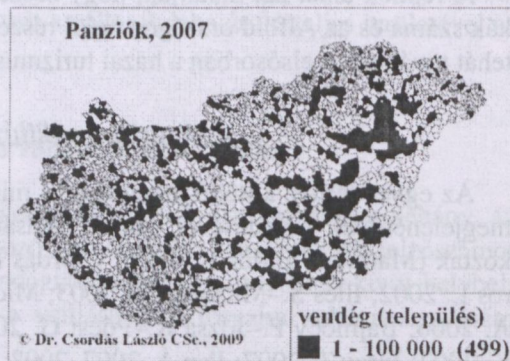
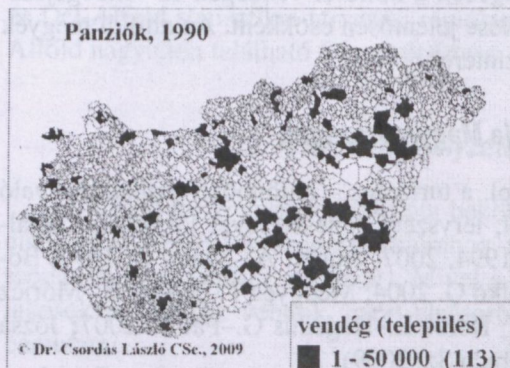
Ahhoz, hogy egy településen a kereskedelmi és a magán szálláshelyeken regisztrált vendégforgalom alakulhasson ki, alapvető szükség van ezen – az elsődleges szuprastruktúra részét képező – turisztikai szálláshelyek meglétére, ám ez csak szükséges, de nem elégséges feltétel. Amennyiben a vendégek nem látogatnak egy adott települést, akkor a szálláshelyeken bevétel nem keletkezik, így a helyi település/közösség turisztikai jellegű fejlesztéséhez és más egyéb fejlesztésekhez az nem tud hozzájárulni. A fentiek miatt tehát csak azon településeket választottam ki, amelyek az 1990–2007 közötti időszak egyes éveiben tényleges, „aktív” vendégforgalommal bírtak, azaz a különböző szálláshelytípusokban legalább 1 vendég járt.

A vizsgálat eredménye azt mutatta, hogy az olyan települések száma, amelynek összes kereskedelmi szálláshelyein a vendégszám meghaladta az 1 főt 394-ről 723-ra, azaz a településállomány nyolcadáról közel egynegyedére emelkedett. Ezen dinamikus növekedés fő hajtóerejét a panziók képezték, mivel a rendszerváltáskor még csak 113, 2003-ban ennek majdnem 5-szörösén 563, míg 2007-ben 499 településen éjszakáztak e szállástípusban hazai és/vagy külföldi vendégek. E felfutás mögött részben az is rejtett, hogy ezzel párhuzamosan 1990-98 között a fizetővendéglátó-helyes települések száma kevesebb mint felére, 140-re esett vissza, majd a 1998. évi magánfizető-vendéglátássá való átsorolása után napjainkra 234-re emelkedett. Az aktív hotellel rendelkező (tehát vendégeket is fogadott) települések száma 139-ről 253-ra, az aktív kempingeseké 123-ról 184-re, az aktív üdülőtázas településeké 98-ról 186-ra, a turistaszállóval rendelkezőké 69-ről 151-re emelkedett.

A magán-szállásadásban jeleskedő települések száma messze meghaladja a kereskedelmet, hiszen az 1999-ben mért 761-ről napjainkra 1160-ra emelkedett. E csoporton belül két erőteljesen elkülönülő szállástípus szerepel: a települések döntő része (966) a falusi szállásadásban, míg 234 a magán-fizetővendéglátásban „érdekelt”. Néhány településen – tanyás településszerkezete miatt – mindkét kategóriába tartozó szálláshelyek előfordulnak.

Az Alföldön belül az Észak-Alföldön mutatható ki erőteljesebben a diffúzió, hiszen a kereskedelmi szálláshelyeken vendégeket felmutató települések száma közel kétszeresére, 49-ről 96-ra nőtt, míg a Dél-Alföldön „csak” közel másfélszeresére, azaz 52-ről 77-re. A fenti dinamika ellenre azonban továbbra is az állapítható meg, hogy 2007-re a Dél-Alföldön a települések 30%-a, az Észak-Alföldön viszont csak közel egynegyede kapcsolódott be a kereskedelmi szállásférőhelyeken regisztrált turistaforgalomba.

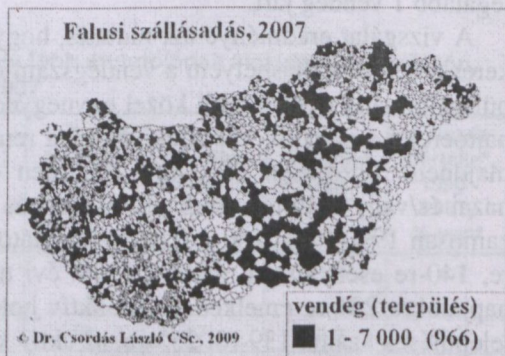
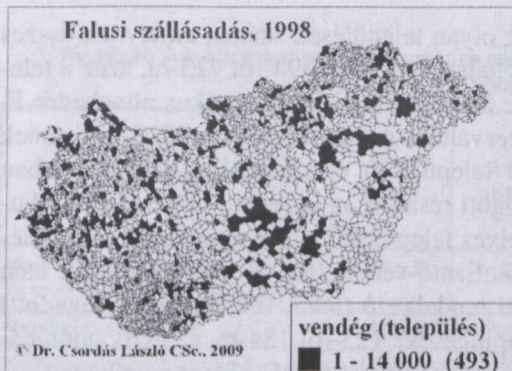
A szűk területi korlátok miatt az összes szálláshelytípusban nincs lehetőség a térbeli folyamatok térképes bemutatására, ezért a két leginkább diffúz szálláshelytípust választottam ki. A 2. és a 3. ábrán azon települések térbeli képe látható, amelyek panzióiban, valamint falusi szállásadóinál vendégek jártak. Megfigyelhető a panziók robbanásszerű elterjedése a nagyobb városokban, a Balaton melletti városokban és falvakban, s időben előre haladva a kisebb lélekszámú, sokszor a határok közelében fekvő településeken is.



2. ábra. A vendégek által felkeresett panziók 1990-ben és 2007-ben

(Forrás: A szerző saját szerkesztése a KSH T-Star évenkénti adatainak egyedi feldolgozásával)

A falusi szállásadás keretében 1998–2007 között közel kétszeresére emelkedett a települések száma, melyek sűrűsödése a Balaton-felvidéken, a Mátra és a Bükk, az Aggteleki-karszt, valamint a Zempléni-hegység területén, a Szatmár-beregi-síkságon, a Tisza mellett és a Duna–Tisza-közén különösen szembeötlő.



3. ábra. A vendégek által felkeresett falusi szállásadók 1998-ban és 2007-ben

(Forrás: A szerző saját szerkesztése a KSH T-Star évenkénti adatainak egyedi feldolgozásával)

5. Összefoglalás, következtetések

Az Alföldön a rendszerváltás óta bekövetkezett változások eredményeként a kereskedelmi és magán szálláshelyek férőhelyeinek a száma, valamint a vendéglátóhelyek száma dinamikusan nőtt, de ettől jelentősen elmaradó mértékű emelkedés figyelhető meg a kereskedelmi szálláshelyeken a vendégek és a vendégéjszakák számában is. A bővülés differen-

ciáltan ment végbe: míg a külföldieké mindkét területen jelentősen visszaesett, s napjainkban a 8–9%-ot sem éri el addig a belföldieké látványosan bővült, s meghaladja a 20%-ot.

A turizmusnak, mint tömegjelenségnek a terjedése Magyarországon az egyes szálláshelytípuson megfordult vendégek száma alapján kirajzolódó kép eltérő módon alakult: leginkább a panzióbeli és az 1990-es évek végétől a falusi szállásadást biztosító, tehát nemcsak szálláshellyel rendelkező, hanem a tényleges turizmusba is bekapcsolódó aktív települések száma emelkedett meg, s közelíti meg a félezeret, illetve az ezret. A szálláshelyek kialakítása tehát hozzájárult a turisták egyenletesebb térségi eloszlásához, centrumok zsúfoltságának oldásához, az eddigi központok háttértelepüléseinek és a korábban turisztikailag fehér foltként kezelt területeknek a turizmusba való bevonásához.

Irodalomjegyzék

- Aubert A.–Szabó G. (1999): Differenciált turizmusfejlesztés Baranya megye példáján. *Turizmus Bulletin* 1. pp. 25–30.
- Bajmócy P.–Józsa K.–Pócsi G. (2007): Szélsőséges aprófalvak. Aprófalvak a településlisták végein néhány társadalmi-gazdasági mutató alapján. In.: Csapó T., Kocsis Zs. (szerk.): III. Településföldrajzi Konferencia. Szombathely, 2007. pp. 83–101.
- Boros L. (2002): Határmentiség a turizmusban. In: Szónokyné Ancsin G. (szerk.): Határok és az Európai Unió. Szeged 2002. pp. 141–145.
- Boros L.–Hegedűs G.–Pál V. (2007): A neoliberális településpolitika konfliktusai. In: Orosz Z.–Fazekas I. (szerk.): Települési Környezet Konferencia. Debreceni Egyetemi és Nemzeti Könyvtár Kossuth Egyetemi Kiadója, Debrecen. pp. 196–204.
- Csordás L. (1994): Szabadidő-lakások az Alföldön. Tér és Társadalom, 1993. 3–4. pp. 75–103.
- Csordás L. (2007): A magánüdülők építése és állománya Magyarországon. – In: Szónoky Ancsin G.–Pál V.–Karancsi Z. (szerk.): A határok kutatója, Tanulmánykötet Pál Ágnes tiszteletére. Szeged–Szabadka. 2007. pp. 81–89.
- Fabula Sz. (2009): A fogyatékkal élők térhasználatának néhány problémája Békéscsabán. In: Belanka Csaba–Duray Balázs (szerk.): Helyünk a világban – Alföldi válaszok a globalizáció folyamataira. IV. Alföld Kongresszus 2008. november 27–28, Békéscsaba. MTA RKK ATI, Békéscsaba. 5. p.
- Illés S.–Michalkó G. (2003): A turizmus és a migráció néhány összefüggése Magyarországon. *Demográfia*. 46. 4. pp. 352–374.
- Józsa K. (2007): Differentiation and Variety of Small Villages within Szabolcs-Szatmár-Bereg County. In.: Kovács Cs. (szerk.) From Villages to Cyberspace. Szeged, pp. 239–247.
- Juray T. (2007): Turizmus és annak fejlesztési lehetőségei a Duna–Körös–Maros–Tisza Eurorégióban. – In: Szónokyné Ancsin G. (szerk.): Határok és Eurorégiók. SZTE TTK Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. pp. 493–499.
- Martoné Erdős K. (1990): Az egyéni rekreáció lehetőségei és megvalósulásai Miskolc környékén. Kandidátusi értekezés, kézirat. KLTE Debrecen. p. 158.
- Medgyes T.–Kóbor B.–Móricz Á. (2006): Regionális foglalkoztatás-politikai intézkedések előkészítése az uniós források tervezhető felhasználásához a Dél-alföldi régió területfejlesztésében. Szeged, GeoKarrier.
- Michalkó G. (2004): A bevásárlóturizmus. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. 104 p.
- Pap Á. (2007): A világörökségi helyszínné válás hatásai a települések gazdaságára magyarországi esettanulmányok alapján. Európai Kihívások IV. Nemzetközi Tudományos Konferencia, Szeged, pp. 348–352.
- Pap Á. (2008): A turisztikai innováció térségi hatásainak kutatási lehetőségei. IV Magyar Földrajzi Konferencia, Debrecen, 2008. november 14–15., pp. 550–551.

RÉGIÓ ÉS ÉLELMISZERGAZDASÁG

DR. BALOGH SÁNDOR:^{*} „Lifestyle” élelmiszerek: az európai szabályozás

Summary

The paper describes the significant consumer benefits of lifestyle products, novel foods and new foods and food ingredients belonging to the group of botanicals. Their specificity is that these foods can be marketed in Europe after a strict regulatory procedure, and they are added to the list of authorized products by the European Food Safety Authority upon the initiation of national food safety authorities following extensive harmonization with Member States.

A XX. század közepéig úgy vélték, hogy a fogyasztási tömegigényeket kielégítő, tömegtermelést folytató élelmiszeripari szakágazatok nem tartoznak a tudományigényes, K + F-igényes, innovatív ágak közé. Ez a megítélés azáltal kezdett változni, hogy megkezdődött az élelmiszerek iránti fogyasztói igények differenciáltsága. A háttérben pedig az áll, hogy az élelmiszer ma már sokkal bonyolultabb, sokrétűbb fogyasztói igényt hivatott kielégíteni, mint eddig: a táplálkozási szükséglet egyszerű kielégítését.

Az élelmiszeripari termékfejlesztési irányzatokat innovációs szempontból minősítve elkülöníthetünk egy értékőrző és egy újérték-teremtő irányzatot. (E két irányzat között helyezkedhetnek el a „kommersz” ipari tömegtermékek, amelyek kis mértékű, folyamatos termékinnovációval jellemezhetők.) Az értékmegőrző irányzat képviselői például a true food-ok, az organikus termékek (továbbá az itt be nem mutatott) élő és nyers termékek, illetőleg az ajúrvédikus termékek, míg az újérték-teremtő irányzatot a funkcionális termékek, a nutraceutikumok és cosmeceutikumok (wellness-termékek), valamint egyes betegségek kezelésére, karbantartására is alkalmas élelmiszerek képviselik. Ez utóbbiakat – marketing szempontból nézve – „lifestyle” élelmiszereknek is tekintik, s mint az alábbiakból is kitetszik, ezek köre folyamatosan bővül, új fogyasztói előnyöket nyújtva.

Biacs (2003) szerint – az általam újérték-teremtőnek nevezett irányzat termékei – összességében „funkcionális” élelmiszernek minősülnek és ilyenek: 1. az egészségvédő, betegség-megelőző készítmények; 2. az erősített (fortifikált) termékek; 3. az étrendi kiegészítők vagy nutraceutikumok (Pfannhauser, 2003). Az európai hivatalos álláspont szerint, amelyet Bfó (2003) idéz, a „funkcionális” jelző az új termékek széles spektrumára alkalmazható. Hídvégi és Lásztity (2000) viszont a nutraceutikumokat úgy tekintik, mint amelyek az elsődlegesen élelmiszernek minősülő funkcionális készítmények fejlesztésének „további irányzatai”. Állásfoglalásuk annál is inkább figyelmet érdemel, mert a világpiac (elsősorban az észak-amerikai kontinensen) a nutraceutikumokon is túl mutató, „további irányzat” jelent meg: a szépségápolási célú „cosmeceutikumok” fejlesztése. Új továbbá speciálisan az egy-egy betegségcsoport „kezelésére” ajánlott élelmiszerek piacra vitele is (ez utóbbi is főként az amerikai kontinensen).

A Kaposvárott 2006 május 18-án rendezett II. Táplálkozásmarketing Konferenciának is elsődleges célja volt az, hogy bemutassa az élelmiszerpiacok fejlesztésének azon, stratégiai fejlesztési irányait, amelyeket a legújabb fogyasztói magatartástrendek hívtak életre. „Ez a három fejlesztési irány: 1. a funkcionális élelmiszerek, az organikus élelmiszerek és a nemzeti élelmiszerek (történelmi és új generációs hungaricumok) területét öleli fel.” (Szente 2006).

^{*} Professor emeritus – SZTE Műnöki Kar Továbbképzési Iroda.

Piaci megközelítésben egy további rendszerezést, a stratégiai fejlesztési irányoknak egy további csoportosítását kínálja az új típusú fogyasztói igények felőli szemlélet. Ezt leginkább Töröcsik Mária képviseli, aki az új fogyasztói életvitelt képviselő LOHAS-ok (Lifestyle of Health and Sustainability) vásárlási döntéseit, fogyasztási igényeit, szokásrendszerét vizsgálja. Úgy tűnik, éppen ez a szokásrendszer az, ahol a fogyasztói igény szívozó hatása, illetőleg a kínálati nyomás minden korábbinál szélesebb spektrumú termékfejlesztést eredményezett a világpiaci gyakorlatban.

Az elektronikus innovációs transzferekben (amilyen a Business Insight is) elérhető információk szerint is egy differenciált termékfejlesztési irányzatcsoport bontakozik ki, ahol a „funkcionális” élelmiszerek nem gyűjtőfogalomként jelennek meg, hanem mint az új élelmiszerek egyik csoportja.

Az XTCScan-nak, a világ legnagyobb termékinnovációs adatbázisának rendszerezése az élelmiszerektől megkívánt fogyasztói előnyöket 5 csoportba sorolja és a 2006–2007. évi európai adatok birtokában az e csoportok közötti mennyiségi arányokat is számszerűsíti. Az öt csoport megnevezését, az egyes csoportok közötti és a csoportokon belüli arányokat az 1. táblázaton mutatjuk be.

1. táblázat. Élelmiszeripari termékinnovációk csoportosítása fogyasztói előnyök szerint (Európa, 2006–2007)

Kategóriák	Trendek	Arányok (%)	
		2006	2007
Új élvezeti érték	Választékosság, kifinomultság	18,6	19,8
	Exotikus ételek, italok	7,8	6,8
	Ízgazdagság	10,2	11,2
	Életérzést sugárzó ételek, italok	6,1	6,2
Egészség	Gyógyélelmezési vagy „egészséges” termékek	10,1	11,1
	Természetes eredetű termékek	7,8	8,4
	Vegetáriánus ételek, italok	1,0	2,0
Fitness	Diétás termékek	11,3	10,7
	Energia-bevitelt növelő termékek	1,8	1,9
	Kozmetikai célú élelmiszerek, italok	0,1	0,2
Kényelmi termékek	Könnyű kezelhetőség	11,4	11,4
	Időtakarékoság	8,9	6,2
	Szabadidős felhasználású termékek	3,7	2,3
Etikus termékek	Környezetbarát és fogyasztói hazafiságú termékek	1,2	1,6

(Forrás: a www.XTCworldinnovation.com nyomán: Balogh–Véha, 2008)

Az 1. táblázat adatai azt a tendenciát tükrözik, hogy az élelmiszeripari termékfejlesztésben a fogyasztók kényelmi szempontjainak kielégítése immár nem az első szempont. Az új típusú élelmiszerek iránti fogyasztói igény növekedése természetes, és nem más, mint az életmód és a környezet kedvezőtlen változására adott válasz. Az új fogyasztói igényekre reagálva, részben pedig a kínálat által is gerjesztve – ezért jelennek meg mind nagyobb számban olyan új választékok, amelyek éppen az élelmiszerek összetételében hoznak újat (Business Insight 2008). Ilyenek az úgynevezett „novel”-termékek is.

A „novel”-termék megnevezés évtizedünkben terjedt el. A Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatal meghatározása szerint ez a fogalom azonos az „új élelmiszer” fogalmával. „Azon élelmiszerek és élelmiszer-összetevők minősülnek új élelmiszereknek és új élelmi-

szer-összetevőknek, melyek emberi fogyasztás céljából történő felhasználása az Unió területén 1997 május 15.-e előtt elhanyagolható volt.”^{1,2} A következő élelmiszerek és élelmiszer-összetevők tartoznak ide a 258/97/EK 1. cikkely (2) bekezdése alapján:

1. Az új, vagy szándékosan módosított elsődleges molekulaszervezettel rendelkező élelmiszerek és élelmiszer-összetevők;
2. A mikroorganizmusokból, gombákból vagy algákból álló, vagy azokból izolált élelmiszerek és élelmiszer-összetevők;
3. A növényekből álló vagy azokból izolált élelmiszerek és élelmiszer-összetevők, valamint az állatokból izolált élelmiszer-összetevők, (a hagyományos szaporítási gyakorlat alapján előállított élelmiszerek és élelmiszer-összetevők kivételével, amelyek korábbi, élelmiszerként történő biztonságos felhasználása adatokkal igazolható);
4. Olyan élelmiszerek és élelmiszer-összetevők, amelyeknél (jelenleg nem használt, az élelmiszerek vagy élelmiszer-összetevők összetételében vagy szerkezetében számottevő változásokat előidéző) gyártási eljárásokat alkalmaztak, amelyek kihatnak azok tápértékére, anyagcseréjére vagy a bennük található nem kívánatos anyagok mennyiségére.

A bevezetés első lépcsője a GRAS (generally recognized as safe) minősítés elnyerése. Ahhoz azonban, hogy a hatóanyagot élelmiszerben forgalmazhassák, el kell fogadtatni „novel” élelmiszerként (Hills 2010, Sterling 2009/b).

Az új élelmiszerekkel kapcsolatban az EU közzétette új élelmiszer-katalógusát. Ez a katalógus – 3 különböző címen tájékoztatást ad

1. a folyamatban levő engedélyezési eljárásokról,
2. a már engedélyezett új élelmiszerekről, és
3. az egyszerűsített eljárás alapján bejelentett új élelmiszerekről.

Az engedélyezett új élelmiszerek és élelmiszer-összetevők listája 2009. szeptember elején 35 bejegyzést tartalmazott. Kronologikusan szemlélve, ez a 2000 óta vezetett lista nem túl hosszú: éves átlagban 4 termék engedélyezéséről ad számot. Ezek között szinte egyetlen, fogyasztásra kész élelmiszer sincsen, azaz az engedélyezés valójában élelmiszer-összetevőkre vonatkozott.

Az engedélyezett összetevők között rendszertani szempontból nagy változatosságban lelhetők fel az élővilág képviselői:

- az élelmiszerkészítésben régóta használt olyan tejsavbaktériumtól kezdve, mint amilyen a *Leuconostoc mesenteroides* (ezúttal az általa termelt dextrán készítmény engedélyezése a tárgy);
- gombáig (például a *Mortierella alpina*, amelynek olaját anyatejpotló készítményekben történő felhasználásra engedélyezik, vagy a *Blakeslea trispora*, amely gazdag lipopin-tartalmánál fogva kiváló antioxidáns, s amelyet sokféle élelmiszer-készítményben engedélyeztek felhasználni; egészen a magasabbrendű lombos fák és cserjék növényrészeinek (például az *Adansonia digitata* [majomkenyérfa] termésének, vagy a *Morinda citrifolia* [noni]) élelmiszerben történő felhasználásra történő engedélyezéséig.

A lifestyle élelmiszereket is csak az EFSA (European Food Safety Authority, Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság) engedélyével forgalmazhatják. Az engedélyezés folyamatá-

¹ Ezt követően lépett ugyanis hatályba az Európai Parlament és a Tanács 258/97/EK rendelete, mely az új élelmiszerek és az új élelmiszer-összetevők engedélyezését szabályozza a közösségen belül.

² Magyarországon a 2003. LXXXII törvény 8.§ (1) és (2) bekezdése tartalmazza az engedélyezés menetét.

ban a hatásosságot, az adagolást és – egyéb szempontok mellett – főként a felhasználás biztonságát minősítik. A nemzeti élelmezés-biztonsági hivatalok mindegyike véleményezi ezt, s az alaposság, valamint a szereplők nagy száma miatt az engedélyezés meglehetősen lassú. (Példaként említjük, hogy a noni juice engedélyezése 2003-ban történt, míg a noni levelének élelmiszerként történő engedélyezésére 2008-ban került sor.)^{3,4} A tudományos bizonyítékok hosszú időn keresztül végzett kutatásokon alapulnak. Ezek költségesek is; az üzleti szempontok pedig szívesen felülmúrnák ezeket. Az élelmiszeriparosok különböző szervezetei kifogásolják a hosszú időt és a költségeket. (Ez azonos elbírálás esetén is versenyelőnyt biztosít a nagy nemzetközi vállalatoknak.) Az európai vállalkozók azt is felhívják, hogy az USA-ban a szabályozás egyszerűbb, rövidebb ideig tart és kevésbé költséges. Ezáltal az amerikai vállalkozók hamarabb vezethetik be az új termékeket s ezáltal extraprofitra tehetnek szert az európaiakkal szemben.

Az EU-n kívüli egyetemeknek és tudományos intézeteknek a növénykincset illető új meg új felfedezéseiből ugyanis gyorsabban és kisebb költségekkel születik új termék, mint az EU-ban. Kiváltképpen fenyegető ez a veszély az olyan, többcélú élelmiszerek gyártói számára, mint amilyenek az „oral beauty”, a cosmeceuticals, a fitness, a weight control termékek.

A táplálkozás + egészség + szépség hármas egységét meglepő gazdagságban és változatosságban szolgálják az új növényi alapanyagok. Ezeket a termékeket a gazdasági szleng „botanicals”-nak nevezi. Ezt a szabályozást éppen a növényi eredetű termékek esetében egyszerűsíteni szeretnék az ipar képviselői (Sterling 2009/a). Az EFSA viszont a „botanicals” termékek minőség-ellenőrzését sürgeti az EHPM-nél (European Federation of Associations of Health Product Manufacturers)

A „botanikai” termékek (alapanyagok) piaca 2006-ban mintegy 83 milliárd USD-t tett ki.

Ennek csaknem a fele (44 milliárd USD) gyógyszeripari felhasználásra került. Figyelemre méltóak azonban a piac többi szegmensei is:

- A növényi étrend-kiegészítők (11 milliárd USD);
- A növényi funkcionális élelmiszerek (14 milliárd USD);
- Gyógynövényként és szépségápolásra hasznosították a fennmaradó 14 milliárd USD.

Az egyes szegmensek éves növekedési üteme 2002 és 2006 között 3 és 12% között változott. Leggyorsabban a jelenleg 6%-os piaci részesedéssű kozmetikai célú felhasználás növekszik, évi 8–12%-kal. A legnagyobb forgalmat a ginzeng, a ginkgo és noni adták, egyenként 1 milliárd USD-nél nagyobb értékben (Gruenwald 2008). Eltekintve a piac nagyobb hányadát alkotó ezen készítményektől, 2009-ben Európában és az USA-ban a következő új készítmények bizonyultak a leginkább népszerűnek a „botanicals” termékek piacán (Balogh 2009):

- A fekete berkenye (*Aronia melanocarpa*) gyümölcsleve magas antocián-tartalmánál fogva erős antioxidáns hatású
- A *Ganoderma lucidum* (pecsétviasz-gomba) örleményét leginkább kávékeverékek alkotórészeként forgalmazzák.
- *Spirulina* (kék-zöld alga) Súlyának mintegy 50 százalékában esszenciális aminosavakat tartalmaz. Magyarországi kísérletekben sikerrel alkalmazták savanyított tejkészítményekhez.

³ 2009. szeptember 9-én az EFSA Tudományos Tanácsa útmutatót fogadott el ebben a témakörben. Forrás: Scientific opinion. Guidance on Safety assessment of botanicals preparations intended for use as ingredients in food supplements. EFSA Journal 2009, 7 (9):1249.

⁴ A 2008-ban benyújtott 69 kérelem 80%-át negatív válasz követte. Forrás: Shane Sterling: Inside Europe's health claim conundrum. NutraIngredients.com, 2009. szeptember 8.

- A tongkat ali, vagy maláj ginzeng (*Eurycoma longifolia*) Európában és az USA-ban izomtömeg-növelő szerként is egyre több termék alkotóeleme.
- A zöld tea (*Camellia sinensis*, közönséges teacerje) leveléből fermentálás nélkül készített termék közismerten erős antioxidáns hatású.
- Banaba (*Lagerstroemia speciosa*) közkedvelt összetevője a különféle testsúlycsökkentő termékeknek.
- A *Hoodia Gordonii* kaktusz-szerű növény Dél-Afrikában. Fogyasztása segít elnyomni az éhségérzetet és ugyanakkor többlet energiát biztosít. Igen erős étvágycsökkentő, és hatásos testsúlycsökkentő termék.
- *Caralluma fimbriata*. Indiában ugyanúgy, mint Afrikában a *Hoodia*-t, étvágycsökkentő és erősítő szerként használják. Az ajurvédikus gyógyászat egyik fontos szere.
- Az ashwagandha (indiai ginzeng) készítmények a *Withania somnifera* növény gyökereiből és leveleiből készülnek; Napjainkban sportolói teljesítmény növelésére, koncentrációs zavaroknál, Alzheimer kórban, magas trigliceridszint esetén és szenilitás kezelésére ajánlják.
- Az illatos rózsásvarjúháj, (*Rhodiola rosea*) gyógyhatása: fokozza az állóképességet és az erőnlétet, Erősíti az immunrendszert (a szervezet ellenálló képességét), amellet fájdalomcsillapító hatású.

Összefoglalóan megállapítható, hogy a „lifestyle”, továbbá általában véve a „novel” élelmiszerek, de a „botanicals” csoportba tartozó, újabban élelmiszer-alkotórészként is használatos készítmények sokkal inkább az életmód befolyásolását (egészségi állapot, fitness, testsúlykontroll, erőnlét) szolgálják, mint a táplálkozási szükséglet kielégítését. Ez beleillik az élelmiszerek új funkcióit erősítő trendbe és új lehetőségeket kínál az élelmiszeripari vállalkozóknak is.

Irodalomjegyzék

- Balogh Sándor–Véha Antal (2008): Áttekintés a harmadik generációs kényelmi termékek világpiacáról. ICOSTAF Konferencia, Szeged, november 5–6.
- Balogh Sándor (2009): A szerző saját adatgyűjtéséből.
- Biacs Péter (2003): Új típusú élelmiszerek az egészség-megőrzés szolgálatában. Élelmészeti Ipar, 6. sz.
- Bíró György (2003): Funkcionális élelmiszerek, természetes antioxidánsok szerepe az egészség-megőrzésben. Élelmészeti Ipar, 4. sz., 117 p.
- Gruenwald, Joerg (2008): The global herbs & botanicals market; Herbs and botanicals are currently showing the most potential in functional foods and cosmeceuticals. Nutraceuticals World Jul 1.
- Hídvégi Máté, László, Radomir (2000): Nutraceutikumok – élelmiszerek, vagy gyógyszerek? Élelmészeti Ipar 11. sz.
- Hills, Sarah (2008): Baobab goes for GRAS ahead of 2010 World Cup. Nutra Ingredients-usa.com, szept. 30.
- Pfannhauser, Werner (2003): Funkcionális élelmiszerek – mit is jelent ez? Élelmészeti Ipar, 9. sz.
- Sterling, Shane (2009/a): UK medicines body promotes simplified herbal registrations. Nutra Ingredients.com, március 25.
- Sterling, Shane (2009/b) Regulation: resveratrol from GRAS to novel foods. NutraIngredients.com, szept. 11.
- Szente, Viktória (2006): Beszámoló a II. Táplálkozásmarketing Konferenciáról. www.taplalkozasmarketing.hu

KALMÁRNÉ HOLLÓSI ERIKA PHD' – ZUZANA VARGOVÁ:"

Helyi termékek a vidéki térségek társadalmi-gazdasági fejlődésének szolgálatában

Abstract

Local products play a central role in the concept of multifunctional farming, sustainable development, regional competitiveness and regional identity. The study introduces the results of a research carried out in the West-Transdanubian region in Hungary on regional values and local products. We have found that most of the interviewees were unaware of environmental issues, agricultural production or local food processing in the region. These elements are important factors of regional (economical and social) potential and should be highly utilised in order to maintain and increase competitiveness of a region. The production, marketing and sales of local products increase competitiveness in rural areas, but only if local products are imbedded in the actual practise and applied tools of multifunctional agriculture, integrated rural- and regional development.

1. Bevezetés

A vidéki térségek, a falvak, tanyák és kisvárosok hagyományosan a mezőgazdasági termelés és élelmiszer-alapanyag, illetve élelmiszer előállítás helyszínei voltak Magyarországon. Habár az agrár- és élelmiszer ágazat továbbra is meghatározó jelentőséggel bír, a termelés keretei megváltoztak: az „ipari” mezőgazdálkodást folytató nagyüzemek és a specializálódott, illetve multifunkcionális feladatokat ellátó kis családi vállalkozások közötti polarizáció felerősödött. A nagyüzemek döntően mennyiségi fejlesztésre alapozott stratégiája mellett egyik kitörési pontként jelenik meg az egyedi, különleges termékek előállítása (Panyor 2005). Ugyanakkor a globalizáció, klímaváltozás, fosszilis energiahordozók kimerülése – csak hogy néhány tényezőt említsünk az egyre hosszabbodó listáról – komoly nyomást gyakorol a mezőgazdaságra, a környezetgazdálkodásra. A lehetséges megoldások között gyakran szerepel a helyi termékek előállításának és értékesítésének, valamint a megújuló energia használatának ösztönzése (pl. Jarvela et al. 2009, Varga 2009, Varga–Kalmárné 2009). Az EU agrár- és vidékpolitikájában meghirdetett multifunkcionális mezőgazdaság (Agenda 2000) a termelés és környezetvédelem összekapcsolását ösztönzi azzal a céllal, hogy a mezőgazdasági termelés egyszerre, egy időben feleljen meg több célnak (termelési, környezetvédelmi, tájmenedzsment stb. funkciók). A Közös Agrárpolitika (KAP) folyamatos alakulása, a bizonytalansági tényezők is a helyi termelés – helyi termékek és helyi felhasználás irányába hatnak.

Magyarországon a helyi termék fogalmára számos meghatározás ismert, értékesítése kezdetleges és körülményes, jogszabályokkal korlátozott (elsősorban az élelmiszereké). Hutflesz (2008) megfogalmazásában helyi terméknek azokat a termékeket nevezzük, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a helyi gazdasági rendszer vesz részt. A helyi termékeket jellemzően mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az önfoglalkoztató vállalkozás. Ezen termékek több közös jellemzői, hogy általában kisebb mennyiségben készülnek, egyedi, az

* Adjunktus – Nyugat-magyarországi Egyetem Mezőgazdasági és Élelmiszertudományi Kar Gazdaságtudományi Intézet.

** Nyugat-magyarországi Egyetem Mezőgazdasági és Élelmiszertudományi Kar.

adott térségre jellemző karakterük van, ami hosszú idő alatt alakul ki (pl. Őrségi kaspó, kerámiák, vagy a kőszegi tájborok). Fehér (2007) értelmezésében speciális, helyi termékek fejlesztése keretében azokat a termékeket értjük, melyek közös helyi értéket képviselnek, és főként a történelmi örökség és hagyomány révén egy megnevezett településhez kapcsolhatók. Kis mennyiségben és közvetlen értékesítés útján jutnak el a fogyasztókhoz, gyakran kapcsolódnak a vidéki turizmus szolgáltatásaihoz.

A fenti megfogalmazások csupán kiragadott példák; vizsgálataink során kitűnt, hogy a helyi termékeknek nincs egységes és elfogadott meghatározásuk. Egyetértünk Fehér (2007) véleményével, miszerint a marketing és vidékfejlesztéssel foglalkozó szakemberek további kutató munkája szükséges az egységes fogalom tartalmának kidolgozásához, véleményünk szerint kiegészítve a minőségre vonatkozó elemekkel.

2. Anyag és módszer

A vizsgálatok elvégzéséhez komplex adatgyűjtési terv készült. Az empirikus kutatási módszerek a minőségi és mennyiségi adatok gyűjtésére is kiterjedtek (1. ábra).

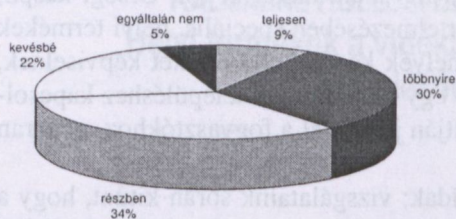
Vizsgálati cél	Célcsoport	Adatgyűjtés eszköze	Földrajzi terület	
Regionális identitás felmérése, regionális értékek és helyi termékek ismertsége a régióban	13-18 éves diákok	Kérdőív (323 db)	Nyugat-Dunántúli régió	2007
	Felnőttek (>18 év)	Kérdőív (268 db)	Nyugat-Dunántúli régió	
Helyi termékek, regionális termék és értékek megismertetését célzó Vidéki Aktív Tanulás módszer hatékonyságának vizsgálata	Multiplikátorok (tanárok, gazdálkodók)	Mélyinterjú	Nyugat-Dunántúli régió	2008
Helyi termékek értékesítési csatornái, gazdasági-társadalmi hatás	Gazdálkodók, Élelmiszer-feldolgozók (kisüzemi keretek között)	Mélyinterjú, tanulmányút	Magyarország, Ausztria (Burgenland tartomány)	2009

1. ábra. Adatgyűjtési terv

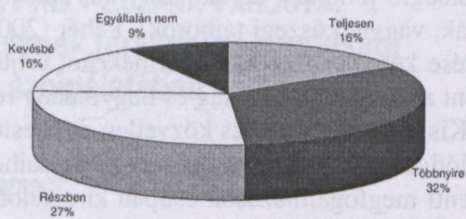
3. Vizsgálati eredmények, következtetések

A regionális értékek, helyi termékek ismertsége meglehetősen lehangoló képet mutat a Nyugat-Dunántúli régióban. Sem a fiatalság, sem az idősebb korosztály körében nem tapasztaltuk, hogy tudatosan keresnek a helyben termelt és előállított élelmiszereket, ismernek a közvetlen környezetükben és tágabb régiójukban rejlő lehetőségeket (2. ábra).

Ugyanakkor biztató jel, hogy nyitottak és érdeklődőek voltak a megkérdezettek – miután valamennyi megkérdezett diák és felnőtt lehetőséget kapott, hogy betekintszen egy helyi gazdaság és/vagy élelmiszer-feldolgozó kisüzem működésébe (Vidéki Aktív Tanulás módszere, 3. ábra), kíváncsiságot gerjesztettünk.



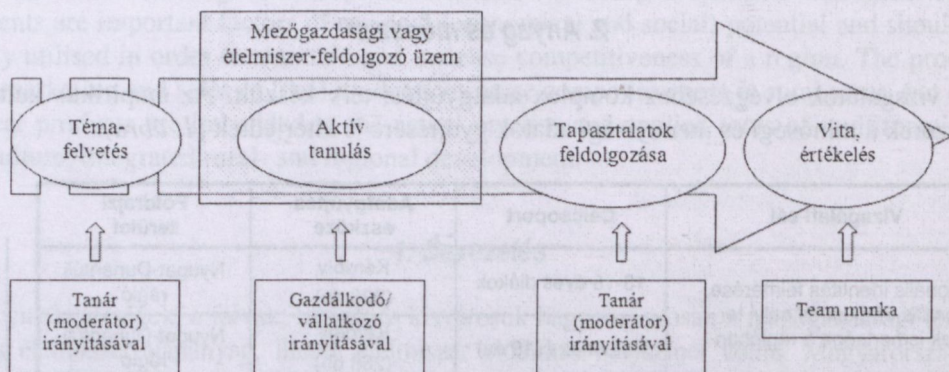
14–18 éves korosztály



Felnőttek (18 év felett)

2. ábra. „Ismerem, hogy a környéken milyen élelmiszereket állítanak elő”

(Forrás: Saját vizsgálatok 2007.)



3. ábra. Aktív tanulás folyamata (Forrás: Saját szerkesztés 2008.)

A szakmai tanulmányút és moderátor által irányított beszélgetést követően felismerték, hogy a helyben előállított, illetve tradicionális élelmiszerek ismerete kulcsfontosságú része a vidéki életforma fennmaradásának, és a kisüzemi élelmiszertermelés megélhetési forrást jelenthet a gazdálkodók és családjaik, valamint a falvakban élők számára.

A vizsgálatok kiterjedtek a helyi termékek értékesítési csatornáinak elemzésére:

Helyi piac. Piacon, közvetlenül a termelőtől vásárolni több szempontból is előnyös (áru frissessége, személyes kapcsolat kialakítása a termelő-vásárló között). Jelenleg a hazai heti/városi piacokon nagy mennyiségben találhatunk nagybani piacokról származó tömegterméket, ugyanakkor jelen vannak a saját termékeiket áruló őstermelők, mezőgazdasági vállalkozók is. Kimondottan helyi terméket kínál helyi piaccal inkább Ausztriában találkozzunk (pl. Schlierbach Bauernmarkt, ahol helyi termelők EU-s támogatással és a saját forrás összegyűjtésével alakítottak ki egy fedett helyi termék piacot a hagyományos városi piac területén). Magyarországon kifejezetten helyi termékek eladására kialakított helyi piacot nem találtunk, sok esetben tapasztaltuk viszont, hogy a nagybani piacokról származó árut saját termékként kínálták az eladók.

Háztól-gazdaságból eladás. Hátránya, hogy a termelőnek (vagy eladónak) rendelkezésre kell állnia egész nap, a vásárlónak pedig a helyszínre kell utaznia a beszerzéshez. Ugyanakkor a vásárló biztos lehet a termék származási helyét illetően, esetenként kedvező árat alkudhat ki a termelőnél. Termelői oldalról előnyként jelentkezik, hogy nem kell a piacra szállítással bajlódnia, és az eladási ár kedvezőbb lehet, mint a felvásárlók által kínált ár. A háztól vásárlás egyik formája a „becsületkassza”, a kapu elé kitett áru és persely (klasszikus példa Kőszeg város példája, ahol hosszú évtizedek óta működik a becsületkasz-

szá intézménye virág, zöldség, gyümölcs termékekre). A becsületkassza feltétele az erős helyi közösség, ahol nem élnek vissza a lehetőséggel.

A jellemző értékesítési módok elsősorban közvetlen kapcsolatokon alapulnak, a közvetlen értékesítés dominál. Egyedi termelői/feldolgozó szerveződésekkel találkozhatunk (pl. Pannon Helyi Termék Klaszter on-line értékesítés, közös bolt üzemeltetése), viszont a termelők közötti együttműködés még alacsony szinten áll.

Az elmúlt években-évtizedekben a közvetlen értékesítés többnyire kényszermegoldásként, a kereskedelmi kiszolgáltatottságtól való menekülés egyik útjaként jelentkezett az őstermelők, mezőgazdasági vállalkozók számára. Ha a közvetlen értékesítési módokat kombináljuk a vidék- és térségfejlesztés Európa-szerte ismert eszközeivel és céljaival, akkor a szinergikus hatások versenyképessé teszik a közvetlen értékesítést. Számos tényező összhangjára, összehangolt fejlesztésére van azonban szükség (a teljesség igénye nélkül):

- a vidéki foglalkoztatás elősegítése hozzájárul a vidéki életszínvonal emelkedéséhez, ezzel a vásárlóerő növekedését és piacbővülést eredményez;
- előnyben kell részesíteni a frissáru-termelést, új termékek fejlesztését,
- fenntartható mezőgazdaság a vidéki térségekben, integrált technológiák alkalmazása, ökológiai gazdálkodás, környezetvédelmi szempontok figyelembe vétele a termék-előállításban;
- speciális helyi szolgáltatások, helyi ipar, kézművesség fellendítése és népszerűsítése, veszélyeztetett csoportok (falusi nők, öregek, kisebbséghez tartozók, fogyatékkal élők, mozgáskorlátozottak) bevonásával;
- hatékonyságnövelés a háztartásban és gazdaságban (háztartás-gazdaságtan), a gazdaság és a háztartás működésének összekötése új, alternatív értékesítési lehetőségeken keresztül (falusi turizmus);
- aktív tanulási események, lehetőségek biztosítása (gazdaságlátogatás, bemutatók), városokban élők – főleg gyerekek – falusi oktatása, szórakoztatása („edutainment”);
- város-vidék (falu) ellentétek feloldása képzéssel, falusi rendezvények, farm-showk”, kiállítások, térségfejlesztési rendezvények szervezése;
- „szedd magad” mozgalom, falusi vendéglátás, agroturizmus, „zöld turizmus”, aktív-turizmus népszerűsítése, a gazdaság életébe, működésébe betekintést nyújtva;
- épített és kulturális örökség felkutatása, megőrzése a vidéki térségekben (ezeken keresztül helyi identitás erősítése);
- az informatika nyújtotta lehetőségek (honlapok, on-line értékesítés) kihasználása, ötvöztetése a régiómarketing eszközeivel.

A helyi termékek értékesítése, és a leggyakrabban alkalmazott csatorna, a közvetlen értékesítés úgy jelenthet hosszú távon előnyt, versenyképesség növekedést a vidéki térségekben, ha sikerül komplex módon a térség- és vidékfejlesztés, a multifunkcionális mezőgazdaság eszközrendszerébe és konkrét gyakorlatába beépíteni. A helyi termék, mint a vidékfejlesztés eszköze

- hozzájárul a helyi munkahelyteremtéshez és ezáltal a vidék népességmegtartó képességének erősítéséhez,
- növeli a termékek értékét, és a helyi értékesítéssel a jövedelem helyben tartásához járul hozzá, ugyanakkor csökken a termékek szállítási igénye, ezzel a közvetítői (elosztási csatornák) költségek is csökkenthetők;
- a környezetkímélő termesztési/gyártási technológiákon kívül a kisebb szállítási igény alacsonyabb környezetterhelést okoz;
- erősíti a helyi/regionális identitást, kötődést;
- elősegíti a falusi, zöld, aktív turizmus fejlődését a vidéki térségekben;

- friss, egészséges termékek gyors eladása, gyors visszacsatolás, szabályozás termelő és fogyasztó között.

Fontosnak tartjuk a helyi, régióban előállított termékek megismertetését, népszerűsítését a vidéken élők körében. Különböző helyi programok segítségével ösztönözni kell a fiatalokat arra is, hogy környezetük védelmére jobban odafigyeljenek, vállaljanak aktív szerepet lakó- és munkakörnyezetük alakításában.

A helyi termékek népszerűsítésének egyik módja a termékbemutatók szervezése, helyi rendezvények keretében. Az érdeklődők itt megismerhetik a helyi gazdaságokban előállított termékeket, esetleg kedvezményesen megvásárolhatják az adott termékeket. Valószínű, hogy akinek ízlett a termék, az legközelebb is keresni és vásárolni fogja ezeket a helyi specialitásokat. További ösztönző tényező lehet annak a ténynek a tudatosítása, hogy vásárlásával a helyi gazdaságokat és élelmiszer feldolgozókat, tehát a helyi munkaerőt támogatja.

Ugyanakkor a fogyasztók bizalmának elnyerése és megtartása érdekében a helyi termékek minőségbiztosítását, a minőség igazolását mielőbb meg kell oldani. Ahhoz, hogy a termelők, feldolgozók a fenti célokhoz hozzájáruljanak, elengedhetetlen, hogy a szakmai ismereteken kívül marketing ismereteiket is gazdagítsák; marketing szemlélet nélkül a közvetlen értékesítés továbbra is kényszermegoldás, nem pedig tudatosan alkalmazott és alakított értékesítési csatorna marad.

Irodalomjegyzék

- Fehér I.* (2007): A közvetlen élelmiszerértékesítés marketing lehetőségei és vidékfejlesztési sajátosságai, Direktértékesítés Konferencia Kiadvány. Mosonmagyaróvár, 2007. 02. 15.
- Hutflesz M.* (2008): http://munkaado.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403_termeljunk_helyi_termeket_lesz_munka_jobb_lesz_es_is, letöltés dátuma: 2008. 04. 28.
- Jarvela, M.–Jokinen, P.–Huttunen, S.–Puupponen, A.* (2009): Local food and renewable energy as emerging new alternatives of rural sustainability in Finland, *European Countryside*, 2009/2. p. 113–124.
- Panyor Á.* (2005): A hazai ökoméz piaci lehetőségei. *Gazdálkodás* 49. évfolyam/3., pp. 65–71.
- Varga G.* (2009): Vidékfejlődés: búvészmutatványok örök ellenszélben. *Gazdálkodás* 53. évf./4. szám, p. 325–345.
- Varga Zs.–Kalmárné Hollósi E.* (2009): Helyi termékek jelentősége a vidékfejlesztésben, „Mezőgazdaság és a vidék jövőképe” Konferencia kiadvány 2. kötet.

POLERECZKI ZSOLT*–SZENTE VIKTÓRIA–SZIGETI ORSOLYA–SZAKÁLY ZOLTÁN:*****
Hagyományos magyar élelmiszerek – Valódi lehetőség
a kisvállalkozások számára?

Abstract

It is getting a more and more important question that where are the break trough points for the small and medium sized enterprises (SMEs) working in the food industry because of the strengthening market share of the import food products. We compare the SMEs marketing abilities to the consumer demands on high value added traditional Hungarian dishes to examine their possibilities to take the opportunity of these niche markets. The examination aims to clarify two core questions. On the one hand whether the SMEs are able to perceive the consumers' behaviour on these markets? On the other hand is the production of these products a real option for them? The research reveals that the enterprises have significant deficiencies in the field of marketing therefore most of them have limited opportunity to get to know the consumers and reach them effectively.

1. Bevezetés

A hazai élelmiszeriparban tevékenykedő kis- és közepes vállalkozások számára az egyik lehetséges jövőbeni stratégiai irány a magas hozzáadott értékkel bíró élelmiszerek előállítására lehet. Ez azonban nem jelent mást, mint egy rés piac megcélzását, aminek a sikeres kivitelezéséhez megfelelő képességek és erőforrások szükségesek.

A niche nem más, mint a vállalkozás céljainak figyelembevételével kialakított, a cég számára lényeges – alapos megfontolás után kiválasztott – tulajdonságok szempontjából *erősen homogén, jól elkülönített* (a többiekől jól elhatárolható), éppen megfelelő (a költségek felett már profitot hozó) méretű, a *vállalkozás számára hozzáférhető ügyfélkör, illetve piacrész* (Tevrik, Maarten 1994). A későbbiekben bemutatásra kerülő eredményeink szerint a vizsgált vállalati kör jelenleg nem rendelkezik megfelelő marketing képességekkel ezen piacrészek feltárásához és azok kiszolgálásához. Az *elsődleges feladat tehát ezeknek a képességeknek a kiépítése*, ezen keresztül pedig a *marketing hatékonyságának javítása* a kkv-k körében.

A marketing hatékonyságának növelésén keresztül a ma kevésbé vonzó szegletek is vonzóvá válhatnak. A fogyasztók részletes megismerése, véleményük beépítése a termékfejlesztés folyamatába, illetve visszajelzéseik folyamatos nyomon követése elégedett vásárlókat eredményez. Ez a tevékenység egy jól körülhatárolt, méretét tekintve kisebb piacon lényegesen könnyebb, költséghatékonyabb, ilyen módon pedig kivitelezhető egy kkv számára is.

A résekben meghúzódó vállalat ennek megfelelően *jól megismerheti a megcélzott fogyasztókat* és mindenki másnál jobban kielégítheti igényeiket, *testre szabhatja termékeit* a piaci rések számára. Ennek eredményeként a résre specializálódó cég jelentős ártöbbletet érvényesíthet költségei fölött, mivel ezt a piac értékítélete elfogadja. Míg a szegletekre sza-

* Egyetemi tanársegéd – Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar Marketing és Kereskedelem Tanszék.

** Egyetemi adjunktus – Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar Marketing és Kereskedelem Tanszék.

*** Egyetemi docens – Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar Marketing és Kereskedelem Tanszék.

kosodó cég a magas árreszből, a tömegpiacra termelő a magas volumenből tud hasznot húzni (Panyor 2007).

Meggyőződésünk szerint a vizsgált vállalati kör számára hosszú távon a piaci szegmensek kiaknázása jelenthet lehetőséget a fejlődésre. Ezt a megközelítést több érv is alátámasztja. Egyrészt a Linneman és Stanton (1991) által készített tanulmány (Profit Impact of Marketing Strategies – PIMS) rávilágít arra a tényre, hogy *a nagyobb piacokra történő befektetések átlagos hozama 11%, míg ugyanez kisebb piacok esetében 27% lehet.* Ennek megfelelően a kisebb tőkeellátottságú kkv-k számára racionális döntést jelenthet a rendelkezésre álló erőforrások koncentrációja, ennek révén pedig magasabb jövedelemszint elérése.

Példaként említhetők a speciális területnek tartott funkcionális élelmiszerek, amelyek korábban egy csoportba sorolt fogyasztói klasztereit tovább lehet szegmentálni (Lehota, Komáromi 2007) az egészségmagatartás, a tévhitek, a hiedelmek, az attitűdök alapján (Szakály 2009a), vagy a tudatos választást és fogyasztást előtérbe helyező csoportok (LOHAS – Lifestyle of Health and Sustainability) megjelenése (Töröcsik 2007). De itt kerül előtérbe a kkv-khoz talán közelebb álló bio-, illetve hagyományos és tájjellegű élelmiszerek köre is. *Ez a felaprózódási folyamat kifejezetten kedvező lehet a kkv-k számára,* hiszen egyre több olyan kisméretű, speciális piaci szeglet jelenik meg, ahol magas minőségű termékekkel kiemelkedő elismertségre tehetnek szert.

A rés piacokban rejlő lehetőségeket számos kkv felismerte, ennek megfelelően jelentős részüket szeretné is kiaknázni azokat. Egy 2008-ban általunk végzett vállalati felmérés szerint a megkérdezettek több, mint negyede szeretne fejlesztéseket véghezvinni ezen a területen (*1. táblázat*).

1. táblázat. A jövőbeni lehetséges fejlődési irányok a megkérdezettek szerint (N = 96)*

Válaszkategória	A válaszok megoszlása	
	Válaszadó	%
Partnerkör szélesítése	45	46,9
Termékfejlesztés a tömegtermékek piacán	26	27,1
Termékfejlesztés rés piaci termékek piacán	26	27,1
Marketing tevékenység fejlesztése	10	10,4
Horizontális integrációk kialakítása	5	5,2
Vertikális integrációk kialakítása	2	2,1
Egyéb	4	4,2

* A válaszadók több választ is megadhattak.

Felmerül a kérdés, hogy a kisvállalkozások képesek-e megfelelni az ezzel együtt járó termékfejlesztési nyomásnak. Azoknak a kkv-knak, amelyek niche marketinget kívánnak folytatni, azok *megfelelő termékfejlesztési kapacitásokkal* kell, hogy rendelkezzenek. Ennek a termékfejlesztési folyamatnak az egyik alapját a professzionális piackutatás kell, hogy képezze, ami biztosítja a magas szintű fogyasztói elégedettséget. Ehhez megfelelő marketing tevékenység, illetve annak ellenőrzése is szükséges a piac kiterjesztéséhez, az eredmények folyamatos nyomon követéséhez.

2. Anyag és módszer

Írásunkban három különböző kutatás eredményeit vetjük össze, annak érdekében, hogy választ keressünk arra, hogy mennyiben lehetnek képesek kiaknázni a kkv-k a magas hozzáadott értékkel rendelkező hungarikum jellegű élelmiszerek előállításában mutatkozó lehetőségeket.

Elsőként egy 2009-ben 1000 fő körében elvégzett országos kutatás eredményei alapján vizsgáljuk a hazai lakosság magyar élelmiszerekkel kapcsolatos vélekedését. Ezt követően egy 2008-ban lebonyolított szintén 1000 fős országos felmérés adataiból következtetünk a hagyományos magyar élelmiszerek terén megfigyelhető vásárlási magatartásra. Mindkét kutatás nem, kor, iskolai végzettség, jövedelmi helyzet és településtípus alapján reprezentatívnak tekinthető. A cikkben bemutatásra kerülő harmadik felmérést 2008-ban végeztük el a hazai tej- és húsfeldolgozás területén tevékenykedő kis- és közepes vállalkozások körében 96 cég bevonásával.

3. Eredmények és értékelésük

3.1. A hazai fogyasztók vélekedése a magyar élelmiszerekről

A magyar fogyasztók hazai élelmiszerekhez való viszonyulásának első elemeként érdeemes megvizsgálunk, hogy miként is határozzák meg a magyar élelmiszer fogalmát ma a vásárlók (2. táblázat).

2. táblázat. A „magyar élelmiszer” fogalom ismerete a megkérdezettek körében (N = 1000)

A magyar élelmiszerek jellemzői	Válaszok megoszlása		
	Fő	Átlag	Szórás
Magyar alapanyagból készüljön az élelmiszer.	997	4,66	0,72
Magyar tulajdonú cég Magyarországon gyártja.	993	4,65	0,74
Hagyományos magyar receptúra alapján készül.	992	4,43	0,88
Magyar munkaerőt alkalmaznak a feldolgozás során.	997	4,40	0,95
Külföldi tulajdonú cég hazánkban is gyárthatja.	989	2,78	1,32
Az alapanyag származhat importból is.	987	2,47	1,32

Úgy tűnik, hogy egyértelműen a magyar alapanyag, hazai tulajdonú előállító, magyar receptúra és a hazai munkaerő négyesében definiálják a válaszadók a fogalmat. Ezzel szemben egyértelműen elutasítják a külföldi tulajdonú előállítót, illetve az importból származó alapanyagot is. Azt mondhatjuk tehát, hogy a fogyasztók radikális megközelítésben fogják fel a magyar élelmiszer fogalmát, teljes mértékben elutasítanak minden olyan tényezőt, ami nem hazánkhoz kötődik. Emellett azt tapasztaltuk, hogy a magyar élelmiszerek irányába kifejezetten kedvező a lakosság érzelmi viszonyulása. Kedvelik a hazai előállítású termékeket, 82,5%-uk teljes mértékben, vagy részben mutatott affinitást a megvásárlásukra.

Felmerül azonban a kérdés, ha ilyen kedvező imázsképpel rendelkeznek a hazai előállítású élelmiszerek, akkor *miért jelent egyre nagyobb problémát az import beáramlása*. Hiszen a magyar készítmények érzelmi státusza alapján egyértelműen előnyben kellene részesíteniük ezeket. A gyakorlat azonban azt mutatja, hogy *a mindennapi vásárlásokban ez a kedvező pozíció kevésbé érvényesül*.

Ennek kapcsán megvizsgáltuk a lakosság vásárlási hajlandóságát az ár ismeretében. Azt tapasztaltuk, hogy a azonos terméktulajdonságokkal bíró élelmiszerek esetén azonos ár mellett a fogyasztók 76,8%-a részesítené előnyben a magyar terméket. Abban az esetben, ha az import készítmény alacsonyabb árú, akkor ez a szám 25,3%-ra esik vissza. Amennyiben védjeggyel tanúsítanánk a magyar eredetet, akkor némi javulás tapasztalható, 31,2% részesítené előnyben a hazai terméket. Az eredmények ismeretében akár le is vonhatnánk az általánosan hangoztatott következtetést, amely szerint a magyar fogyasztó árérzékeny. Ez azonban

ebben a formában félrevezető, nem fedi le a valóságot, annak csupán egy végletekig egyszerűsített magyarázatát adja. Annak érdekében, hogy ezt a képet árnyaljuk érdemes megvizsgálni, hogy milyen tényezők formálják a hazai vásárló gondolkodását, amelyek közül jelen esetben egy – igen jelentős – elemet emelünk ki, ami nem más, mint a kiskereskedelmi láncok szerepe. Gondoljunk az olyan kommunikációs üzenetekre, mint a „Legkisebb is számít”, vagy „Nálunk az árak a földön járnak” illetve „Jobb áron még közelebb”. Ezek a fogyasztó gondolkodását egyetlen irányba, az ár elsődlegességére irányítják és megerősítik a vásárlókban az ár-orientált szemléletet. Azt mondhatjuk tehát, hogy a hazai közösségi marketing szervezetek helyett a fogyasztó gondolkodását jelenleg a kereskedelem formálja, ami az ár kizárólagos előnyére kondicionálja a vásárlókat (Szakály 2009b).

3.2. Megvalósított cselekvés a hagyományos magyar élelmiszerek esetében

Azt láthatjuk tehát, hogy *a magyar élelmiszerek a fogyasztók fejében kedvező pozíciót foglalnak el*, ugyanakkor a kereskedelem oldaláról erősödő árterror (illetve a hazánkban tapasztalható kedvezőtlen gazdasági változások) hatására *ez kevésbé érvényesül az üzletek pultjainál*. Következő lépésben arra keressük a választ, hogy ez a kedvező megítélés a magyar élelmiszerek egy szűkebb csoportjánál, a hagyományos magyar élelmiszerekénél hogyan nyilvánul meg a vásárlásban.

A termékkör fogyasztását vizsgálva az állapíthatjuk meg, hogy a lakosság 96,6%-a él ezekkel a termékekkel. A gyakoriságok tekintetében is kedvező a kép (3. táblázat).

3. táblázat. A fogyasztás gyakorisága a hagyományos magyar élelmiszereket fogyasztók szerint (N = 966)

Gyakorisági kategória	A válaszok megoszlás	
	Fő	%
Naponta	302	31,3
Heti 2–3 alkalommal	259	26,8
Hetente	173	17,9
Havi 2–3 alkalommal	136	14,1
Havonta	50	5,2
Ritkábban, mint havonta	46	4,8

A táblázatból megállapíthatjuk, hogy *a megkérdezettek 58,1%-a legalább heti 2–3 alkalommal fogyasztja ezeket a termékeket*, ami igen kedvező aránynak tekinthető. Ez a gyakorisági mutató azonban magába foglalja mindazon termékek fogyasztását, amit a megkérdezettek „hagyományosan magyarként” definiálnak a tejföltől és a rögzös túrótól kezdve, a magyar borokon át egészen a különböző kolbász- és szalámi-féleségekig.

Jelen esetben fontos elem, hogy *a nagyobb hozzáadott értékhez köthető magasabb árat hajlandóak-e megfizetni a vásárlók*. A megkérdezettek körülbelül fele (54,8%) nyilatkozott úgy, hogy hajlandó többet adni ezekért a termékekért, ugyanakkor *ennek a felárnak a mértéke átlagosan nem haladta meg a 10%-ot*.

Ez a felárfizetési hajlandóság azonban termékkörönként jelentősen eltérő képet mutat. *A legtöbbet a borokért, húskészítményekért és égetett szeszekért fizetnének a megkérdezettek*. Ezeknél a termékeknél a 20–30% közötti ártöbbletet is megfizethetőnek véli a fogyasztók egy jelentős része. Az ellenpólust a pékáruk, a tejtermékek és az ásványvizek képezik. Ezek esetében a lakosság több, mint kétharmada jóval 10% alatti felárat lenne hajlandó kifizetni.

A bemutatott fogyasztói elvárások, valamint a rés piacok jellemzői alapján a következőképpen foglalhatjuk össze az ezen a területen a kkv-k előtt álló kihívásokat:

- A fogyasztó megfizethető árat akar.
- Ha többet fizet, akkor azt a gyártónak megfelelően ellentételeznie kell (élvezeti érték, imázs stb.).
- Emocionális szinten jelentős azonosulás a nemzeti termékekkel, ugyanakkor megvalósított cselekvés szinten ez kevésbé érvényesül (árterror).
- A cselekvési szándék szinten jelen lévő kötődés előremozdítása megvalósult cselekvéssé marketing eszközökkel.
- A rés piacok elérése megfelelő marketing erőforrásokat, és -hatékonyságot kíván.
- A niche jellemzőinek ismerete nélkül kockázatos a termékfejlesztés.

A következőkben arra keressük a választ, hogy a hazai élelmiszeriparban tevékenykedő kkv-k mennyiben képesek megfelelni ezeknek a marketing-kihívásoknak.

3.3. Marketingképességek az élelmiszeripari kkv-k esetében

A kérdés tisztázása érdekében a 2008-ban végzett vállalati kutatásunk kérdőívének végén szereplő 45, a vállalkozás gondolkodásmódjára, tevékenységére vonatkozó állításokkal való egyetértés mértéke alapján először faktor-, majd klaszterelemzést (K-közép) végeztünk. A vizsgálat eredményei a következőt mutatták. A faktorok értékelése során 7 eltérő jellegzetes viselkedésmintát sikerült azonosítani, amelyek között *már megtalálható volt a marketingorientált gondolkodás*. Ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy a faktort épp, hogy sikerült kimutatni. A következő lépésben a faktorok alapján klaszterelemzést végeztük. Ebben az esetben azonban *már nem sikerült nyomára bukkannunk olyan csoportnak, ami a marketingorientáció jegyeit hordozta volna magán*. A faktorok szintjén kimutatható jelenlét tehát – ahogyan vártuk – jellemző magatartású csoport kialakításában még nem tud kiteljesedni.

Habár vállalati klaszter szinten nem sikerült kimutatni a marketingorientált gondolkodásmód jelenlétét tovább vizsgálódtunk annak érdekében, hogy más módszerrel sikerül-e egy fogyasztóorientáltnak nevezhető vállalati csoportot azonosítani. Ennek érdekében a marketing információgyűjtéshez és tervezéshez kapcsolódó kérdésblokkokból kiemeltünk négy területet. Az ezekre adott válaszok képezték az *elégleges marketingtevékenység meghatározásának alapját*. Ez a négy terület az a *termékjellemzők alapjául szolgáló piaci információgyűjtés, a marketing terv jelenléte költségvetéssel, a marketingre fordított összegek hasznosulásának ellenőrzése illetve a termékélelciklus elemzése és felhasználása* voltak. Azon vállalkozások aránya tehát, akik marketingtervezésük alapját konkrét termékre irányuló piaci információgyűjtés képezi, rendelkeznek előzetesen meghatározott marketing költségvetéssel, ezen pénzek hasznosulását ellenőrzik és a tervezést a termékeik/termékcsoportjaik aktuális élelciklusához igazítják a teljes mintához képest 2,3%-ot tesznek ki. Abban az esetben, ha a felsorolt 4 elemből három megfelelő működését már *elégleges szintnek tekintjük, akkor az ez a szám 8,3%-ra emelkedik*.

Ezeket a vállalkozásokat megvizsgálva a vállalati méretet tekintetében kettő pólus jelenik meg. Közös tulajdonságuk, hogy *egy kivétellel a húsiparhoz tartoznak* és mindannyian *Kft. formában működnek*, valamint, hogy *nem mutatnak területi egyezőséget*. Egy kisebb csoportjuk a kisvállalkozások körébe tartozik 0–20 fő alkalmazottal, maximum 250 M Ft nettó árbevétellel. Nagyobb részt alkotnak a jellemzően 20–100 fő alkalmazotti létszámmal, 750 M Ft-nál magasabb nettó árbevétellel rendelkezők. Ezek azok a vállalkozások tehát, akik a fogyasztói újdonságelfogadás tipizálásának mintájára *innovátoroknak nevezhetők* a vizsgált kisvállalati körben.

4. Következtetések és javaslatok

Azt mondhatjuk tehát, hogy a vizsgált vállalkozások 8,3%-a rendelkezik a rés piacok fogyasztói igényeinek felismeréséhez szükséges marketing-erőforrásokkal. Ők lehetnek képesek a niche igényeinek megfelelő élelmiszereket kialakítani valamint hatékonyan eljuttatni és megismertetni azokat. Fontos momentum ez, hiszen míg a vállalkozások több, mint negyede szeretne rés piaci termékeket fejleszteni, addig mindössze ennek a szűkebb vállalati csoportnak vannak meg a képességei ahhoz, hogy ezt sikeresen kivitelezze.

A fogyasztók felár-elfogadási hajlandósága a szalámifélék, a borok és az égetett szelek terén a legmagasabb. Ennek megfelelően ezek az ágazatok lehetnek képesek leginkább élni azokkal a lehetőségekkel, amit egy magas hozzáadott értékkel rendelkező hagyományos magyar élelmiszer előállítás jelenthet. Ezt a következtetést az is erősíti, hogy az elégséges marketingtevékenységet mutató vállalkozások szinte kizárólag a hússzektorból kerültek ki, ami párosulva a fogyasztók magasabb felárfizetési hajlandóságával egyértelműen kitörési lehetőséget jelez az ágazat számára.

Szintén fontos momentum, hogy a legkevesebbet a pékárukért, ásványvizekért és a tejtermékekért fizetnének a megkérdezettek. Ez azt jelzi, hogy ezeken a területeken a magasabb hozzáadott értéket kevésbé hajlandók megfizetni a vásárlók, ami az ilyen jellegű termékek fejlesztésének jelentős korlátját képezi. Emellett a vizsgált ágazatok közül a tejszektorban – egy vállalkozás kivételével – nem találtunk olyan céget, amelyek megfelelően felkészültek lennének a fogyasztói információk elégséges szintű összegyűjtésére és felhasználására.

Összegzésként megfogalmazhatjuk tehát, hogy a magas hozzáadott értékkel rendelkező hagyományos magyar élelmiszerek előállítása a vizsgált kkv-k 8,3%-ának jelentenek valódi alternatívát elsősorban a húsipari termékek területén, illetve a borok és az égetett szelek is hasonló lehetőséget hordoznak magukban.

Irodalomjegyzék

- Lehota J., Komáromi N. (2007): A funkcionális tejtermékek fogyasztói magatartásának összetevői. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 4. évf. 1. sz. 33–37. p.
- Linneman, R., Stanton, J. (1991): Making Niche Marketing Work: How to Grow bigger by Acting Smaller. McGraw-Hill, New York, 1–240. p.
- Panyor Á. (2007): A különleges élelmiszerek piacnövelési lehetőségei megkérdezések tükrében. PhD doktori értekezés, BCE Interdiszciplináris (Tájépítészeti és Döntéstámogató Rendszerek) Doktori Iskola, 26. p.
- Szakály Z. (2009a): Egészségmagatartás és funkcionális élelmiszerek: hogyan vélekednek a hazai fogyasztók? V. Táplálkozásmarketing Konferencia, Kaposvár, 2009. június 4.
- Szakály Z. (2009b): Magyar tej – magyar fogyasztó: létre jön-e a kapcsolat? Előadás, 34. Tej Világnap, Budapest, 2009. június 3.
- Tevrik, D., Maarten, L. (1994): Niche Marketing Revisited: Concept, Applications, and some European Cases. European Journal of Marketing, 28, (4) 39–55. p.
- Törőcsik M. (2007): A tudatos fogyasztást és az egészséget preferáló új fogyasztói trendcsoport a LOHAS csoport megjelenése Magyarországon. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 4. évf. 1. sz. 41–47 p.

SZABÓ SÁNDOR*–STÁRICS ROLAND–DR. PHD VIDÉKI IMRE*****
A Nyugat-dunántúli régió átalakuló élelmiszeripara
esettanulmányok tükrében

Abstract

Western-Transdanubia having a good quality agricultural potentials. After the democratic transformation it was a significance change in the region's industrial structure, of course in the the food processing industry as well. This article presents case studies about companies and small and middle enterprises from food processing industry. There are differences between developmental ways. Zalahús after a prosperous 10 years went bankrupt. The small enterprise called Bognár Szörp went to bankrupt fortuitously. Changing possessor could taking a company a developmental or a reducing way like the exemplars of Soproni Sörgyár or Győri Keksz- és Ostyagyár. One good plan, and innovation can lift an enterprise to a higher economical level as it happend with Lipóti Pékség. This small bakery had started to built a chain of shops and making good expansion plans.

Bevezetés

A Nyugat-dunántúli régió (Győr-Moson-Sopron, Vas és Zala megye) hagyományosan élelmiszertermelő körzet. Alapvető ágazatainak egyike az élelmiszeripar. A rendszerváltozást követően a régió egész ipari struktúrája, így az élelmiszeripar ágazata is jelentős átalakuláson ment keresztül. Az ágazati változások jelentős mozgatói az egyes statisztikai egységek (cégek, telephelyek stb.) folyamatai, eseményei. Egy meghatározó iparvállalat átalakulása, esetleges bedőlése jelentős kihatással van egy adott térség ágazati folyamataira. Az alábbiakban a Nyugat-dunántúli régióból olyan nagyvállalati és kis- és középvállalkozásbeli példákat emelünk ki és vizsgálunk meg, melyek bedőlésükkel, leépülésükkel, vagy fejlődésükkel jelentős hatást gyakorolnak a térség egyes élelmiszeripari szakágazati folyamataira.

Az esettanulmányokban a meglévő szakirodalom és rendelkezésünkre álló adatok segítségével az alábbi kérdések megválaszolására törekedtünk:

- Hogyan alakult a cég fejlődési pályája?
- Melyek a fejlődési irányokat kiváltó tényezők?
- Megjelentek-e új szereplők a piaci űr betöltésére?
- Miként hasznosították a telephelyeket?

Jelen munkánk összességében szoros egységet alkot, a már korábban megjelent, a Nyugat-dunántúli régió élelmiszeriparának átalakulását vizsgáló tanulmányainkkal (Szabó S.–Stárics R.–Vidéki I. 2009a, 2009b).

* PhD-hallgató – Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Kar.

** PhD-hallgató – Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Kar.

*** Egyetemi docens – Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Kar.

1. Zalahús Zrt: egy meghatározó húsipari vállalat tündöklése és bukása

A következő esettanulmány arra próbál rávilágítani, hogy egy régióban meghatározó húsipari nagycég rövid idő alatt milyen események útján képes bedőlni és megszűnése milyen tovagyűrűző folyamatokat gerjesztett.

A Zalahús Zrt. elődjét kis húsipari családi vállalkozásként alapították 1929-ben Zalaegerszegen. Az államosítást követően a társaság 1950-től Zala Megyei Húsipari Vállalatként, majd Zala Megyei Állatforgalmi és Húsipari Vállalatként működött 1989-ig, ekkor vette fel a Zalahús nevet. 1993-ban került sor a vállalat privatizációjára, melynek során 82%-ban MRP dolgozói, 10%-ban beszállító termelői és 8%-ban önkormányzati tulajdonba került¹ (Napi Gazdaság, 1993. 11. 11.).

Az 1990-es évtizedben a Zalahús növekedési pályán állt. A dolgozói létszámot ugyan racionalizálni kellett, így a rendszerváltozás előtti időszakhoz képest kevesebb foglalkoztatottat tudtak alkalmazni (rendszerváltozás előtt: 1900 fő, 1990-es évek: 1100 fő), de nem voltak termelési és értékesítési problémáik. Éves szinten átlagosan 5–15 millió USD közötti értékben exportáltak késztermékeket (elsősorban olasz és kelet-európai piacokra), a hazai értékesítésüket is fokozni tudták, a régió kívül az ország más területeit is kezdte meghódítani a cég. A bővülő értékesítésnek köszönhetően az 1990-es évtizedben éves szinten több milliárd Ft-os árbevétellel számolt a társaság és nyereséget termelt. A fejlődésnek és a bővülésnek köszönhetően a Zalahús regionális húsipari szereplőből országos jelentőségűvé vált. Az ezredfordulón továbbra is 1000–1100 főt foglalkoztatott és a társaság részét képezte a zalaegerszegi és a nagykanizsai üzem, továbbá hat hízalda, ezzel a negyedik legnagyobb húsipari társaság volt az országban (Figyelő, 2002. 05. 20.). A problémák az ezredfordulót követően jelentkeztek, igaz 2004-ig nem kerültek felszínre a bajok.

Egyes problémák alapja régebbi eredetű volt: rossz volt a cég szervezeti struktúrája, ami a piaci változások iránti rugalmatlanságát eredményezte,² továbbá alacsonyabb volt a hatékonysága a versenytársakénál. Új jellegű problémaként jelentkeztek és az Európai Unió tagság jelentette előírásoknak való megfelelés, továbbá a fokozódó piaci verseny (pl. áruházláncok terjedése, külföldi piacokon való verseny)³ (Orbáné N. M. szerk. 2005). A Zalahús 2003–2004-ben százmilliókat fordított arra (részben hitelből), hogy mindenben megfeleljen az új előírásoknak. A beruházások viszont nem térültek meg, mivel a korábbi évek milliárdos nagyságrendű exportja néhány százmillióra esett vissza a társaság romló piaci pozíciói miatt. Ez a folyamat a Zalahúst újabb jelentős hitelfelvételekre kényszerítette, ami a cég drasztikus eladósodását eredményezte (2004 év végén: 2 milliárd Ft). A súlyos pénzügyi krízis jeleit mutatja, hogy nem tudtak fizetni a beszállítóknak a sertésért. A cég 2005 januárjában már nem termelt. A társaság adósságállománya, kötelezettsége a hitelező bankok és a beszállítók felé 2005 tavaszára 3 milliárd Ft-ra emelkedett (Napi Gazdaság, 2005. 04. 11.). 2005 áprilisban a Zalahús felszámolását kezdeményezték, ingatlanait, eszközeit értékesítették a csődeljárás keretében. A dolgozók egy jelentős része felmondott, mivel több hónapos járandóságukat nem kapták meg, egy részüket átvette a Zalabaromfi (2009-ben ez a társaság is megszűnt). A Zalahús zalaegerszegi telephelyét a Lunetta Kft. vásárolta, majd továbbértékesítette az ingat-

¹ Viszonylag azért ilyen későn, mert állami szinten előbb a veszteséges társaságokat kívánták átalakítani és értékesíteni, a nyereséges vállalatok, mint a Zalahús is tovább is talpon tudtak maradni átalakítás, tőkebevonás nélkül.

² A veszteséges gyáregységeket (nagykanizsai üzem) le kellett volna választani a cégről.

³ Más húsipari társaságoknak is hozzá járult a „vesztéhez” ez a folyamat (pl. Borsi Rt.). A meggyengült társaságoknak az erős piaci szereplők általi felvásárlásával megfigyelhető az utóbbi években a koncentráció erősödése az ágazatban (Orbáné N. M. szerk. 2005).

lanfejlesztő Convergence Capital Kft.-nek, amely az egykori patinás gyár területén létrehozta a Zala Park elnevezésű üzletközpontot (Zalai Hírlap, 2009. 08. 27.). Ezzel látszólag lezárult a Zalahús fejezet, azonban bedőlésének hatásai még napjainkra is kihatással vannak. Több hitelező kárigénye még nem került teljes mértékben kielégítésre, napjainkban is folynak a pereskedések, büntetőeljárások. A Zalahús megszűnésével pedig a beszállítók többsége is súlyos egzisztenciális helyzetbe került.

A magyar húsipar ezredfordulótól tapasztalt válsága Zala megyét különösen érzékenyen érinti, hiszen a Zalahús Zrt. megszűnését óta több egykor országos hírnévvel rendelkező vállalat és vállalkozás szüntette be a termelését (Zalabaromfi, Hunnia Húsipari Kft.). Az EU-csatlakozásnak köszönhetően megnyíló határok ugyanis olyan beszerzési lehetőségeket kínáltak a kereskedelemnek és kínálnak napjainkban is, amelyek a hazai húsipari cégek versenyképességét nagymértékben csökkentik. A Nyugat-dunántúli régió húsiparát azonban nem szabad temetni, hiszen a térség egészében, de különösen az észak-zalai és a dél-vasi körzetben az egykor patinás zalai húsipari vállalatok piacán számos innovatív és gyorsan bővülő húsipari vállalkozás található (pl. a körmendi Babati⁴ és Társa Kft., a pókaszepetki Tóth-Hús Kft.,⁵ az Andrászhidai Húszüzem Kft.).⁶ Mindhárom vállalkozás alkalmas lehet a közeljövőben a húsipar bedőlt óriásai helyén keletkező értékesítési vákuum felszámolására. Ezen kis- és középvállalkozások nagy előnye ugyanis a rugalmas, megújulásra alkalmas szervezeti és kapacitásbeli képesség, valamint a keresleti igényekhez alkalmazkodó folyamatos technológia- és termékfejlesztés. Továbbfejlesztésüket nagyban elősegíthetik még kiterjedt jól szervezett kereskedelmi kapcsolataik is (<http://www.babatihus.hu>, Zalai Hírlap, 2009. 04. 06., http://www.eutudakozo.hu/miniweb/toth_hus_kft/, <http://www.ahida.hu>).

2. Győri Keksz- és Ostyagyár: az egykori patinás gyár leépülési folyamata

Az esettanulmány egy egykor patinás és meghatározó élelmiszeripari társaság tulajdonosváltásait, majd vállalati leépülési folyamatát mutatja be. A Keksz- és Ostyagyára város legismertebb élelmiszeripari cégének számít(ott). A nagy múltú gyárat 1991-ben privatizálta a brit United Biscuits Holdings és 84%-os tulajdonrészt szerzett a gyárból. A United Biscuits stratégiai célja volt, hogy forgalmának dinamikus növelése érdekében minél nagyobb piacokat szerezzen Európában, köztük hazánkban is. Ezt stratégiát követve a Győri Keksz Kft. 1999-ben felvásárolta a Stollwerck székesfehérvári gyárat.

A győri és a székesfehérvári gyár anyavállalatának a United Biscuits-nek azonban súlyos pénzügyi nehézségei támadtak, mivel a tervezettnél lényegesen kevesebb profitbevétel realizáltak. 2000-től fokozatosan beindult a brit óriáscég egyes üzletágainak és leányvállala-

⁴ Nyugat-Magyarország egyik legjelentősebb húsipari vállalkozása, közel száz alkalmazottat foglalkoztat, fő tevékenységi területe: sertés vágás és húskészítmények gyártása. Késztermékeik nagykereskedelmi partnereken keresztül és saját üzleteikben kiskereskedelmi értékesítéssel jutnak el a fogyasztókhoz. A vállalkozás több nagykereskedelmi partnerrel is kapcsolatban áll (Csemege Match Zrt., Duna Coop Kft., Hétforrás Zrt., Integrál-M Kft., Elamen Zrt., Sodexho Kft., Mecsek Kereskedelmi Zrt., Art-ker Plusz Kft., Fezo Ker. Kft., Polus Coop Zrt.) (<http://www.babatihus.hu>).

⁵ A 2005 óta a Második Forráscop Kft. érdekeltségébe tartozó társaság főtevékenysége a húskészítménygyártás, de emellett kisebb mennyiségben értékesít tokehúst is. A jelenleg 33 munkavállalót foglalkoztató vállalkozás mintegy 400 üzletben van jelen termékeivel. Fő partnerei a Mecsek Fűszért, az Integrál M hálózat, a keszthelyi ZD és a szolnoki COOP Zrt. (http://www.eutudakozo.hu/miniweb/toth_hus_kft/, Zalai Hírlap, 2006. 09. 21., Zalai Hírlap, 2009. 04. 06.)

⁶ A családi vállalkozásként működő húszüzem fő profilja a sertés- és baromfihús-készítmények gyártása. Termékeikkel az ország csaknem valamennyi megyéjében jelen vannak (<http://www.ahida.hu>).

latainak a kiárusítása. 2000-ben a Burlington Biscuits és a Finalrealm-csoport ajánlatot tett a United Biscuits-re, amit a társaság vezetése elfogadott. A Finalrealm-csoport legnagyobb tagja a francia Danone-csoport és a megegyezés értelmében a United Biscuits malajziai, szingapúri, lengyelországi, skandináviai és magyarországi érdekeltségeit a Danone veszi át. 2000 novemberében a Győri Keksz Kft. a székesfehérvári gyárral együtt a Danone-csoport tagjává vált (Kisalföld, 2000. 11. 23.).

A Danone nem sokkal a gyár felvásárlása után 2001 márciusában bejelentette, hogy bezárja a győri üzemegységét. A francia cég indoklása a gyárbezárás mellett az volt, hogy a két magyarországi gyára közül csak az egyiket kívánja megtartani, a másikat viszont fejleszténi. A választás azért esett a győri üzemegységre, mert véleményük szerint itt már nem lehet érdemi fejlesztéseket véghezvinni a győri gyár rossz elhelyezkedése miatt (erősen körbeépített, nehéz a megközelítése). Ez volt a Danone hivatalos álláspontja, azonban a hivatalos francia indoklás mögött piacszerzési törekvések sejthetőek. A Danone-nak nem volt érdeke, hogy egy nagy tradíciókkal rendelkező, közkedvelt és kiváló minőségű magyar termékeket gyártó gyárat fenntartsen és a gyár bezárásával keletkezett piaci űrt a francia multinacionális cég szívesen pótolta volna saját Danone termékeivel.

A Kekszgyár bezárása ellen Magyarországon és különösen Győrben addig nem tapasztalt méretű társadalmi ellenállás kezdődött és bojkottálták a Danone termékeit. A nem várt reakciók, politikai és társadalmi ellenállás, a tüntetések, a média mind erősebb figyelmé miatt a Danone meghátrálásra kényszerült és megváltoztatta eredeti tervét. A győri üzemet a bezárás helyett átszervezték. A dolgozói létszámot 330 fővel csökkentették, de mivel Székesfehérváron a fejlesztések miatt újabb 120 ember felvételére volt szükség (a Győri márkanévű termékek gyártása fokozatosan Székesfehérvárra helyeződött), ezért felajánlották a győri alkalmazottaknak, hogy bizonyos számban átvesz a székesfehérvári gyár dolgozókat (Kisalföld, 2001. 10. 21.). Ezzel a lehetőséggel kevesen éltek, még annak ellenére is, hogy a francia cég támogatást ígért az átköltözőknek. Az átszervezés folyamata 2001-től 2004 decemberéig tartott, melynek során a győri gyárban 220 dolgozó maradt, a termelés is szűkült és a sós snackekre, a szendvicsekre és a cukorka típusú termékekre redukálódott (Világgazdaság, 2005. 05. 19.).

Ezzel nem ért véget a gyár további átszervezése, leépítése. 2007 májusában újabb komoly létszámleépítés történt, és termelésben egyedül a cukorkagyártása maradt meg 42 fővel. 2007 év végén újabb tulajdonosváltás történt a gyár életében, a Danone értékesítette a Kraft Foods-nak keksz- és gabonatermék üzletágát, így a győri gyár is az amerikai multinacionális cég tulajdonába került. 2008-ban az is eldőlt, hogy a Győri Keksznek el kell hagynia eredeti, 1900-ban alapított győr-szigeti telephelyét és egy új 10 ezer m²-es gyár-csarnokba költöztetik be a győri Ipari Parkba (a csarnok építése jelenleg folyamatban van). A régi gyáregületeket egy ingatlanfejlesztő csoport vásárolta meg. Terveik között K + F célú hasznosítás (a Széchenyi István Egyetem közelsége miatt), továbbá Győr-Sziget városnegyed új városrészközpontjának kialakítása szerepel.

3. Bognár Szörp Kft: Egy példaértékű vállalkozás váratlan megszűnése

Az esettanulmány célja annak szemléltetése, hogy egy évekig dinamikusan fejlődő, országos értékesítési körrel rendelkező középvállalkozás, miként került hirtelen, néhány hét leforgása alatt kilátástalan helyzetbe, majd megszűnésre. A dolgozat a márkanév hírértékében rejlő lehetőségek felismerésére és a kihasználás megragadásának fontosságára is fel kívánja hívni a figyelmet, hiszen a siker kulcsa gyakran egy népszerű márkanév továbbvitelében rejlik.

A pölöskei Bognár Szörp Kft. Zala megye élelmiszeriparának közel két évtizeden keresztül az egyik országosan is ismert vállalkozása volt.⁷ Az üdítőital- és szörpgyártással foglalkozó üzem a rendszerváltozás évében, 1989-ben alakult egy kis alagsori helységben. Kezdetben Pölöskére és a szomszédos kistelepülésekbe szállítottak szörpöket, majd az 1990-es évek derekán az értékesítés hatósugara jelentősen kiszélesedett (Zalai Hírlap, 2008. 01. 23.). A hangsúly a helyi igények kielégítéséről egyre inkább a megyei, majd a regionális és az országos piacra történő termelésre helyeződött át.⁸ A kereslet dinamikus növekedése folyamatos üzemméret-, kapacitás- és foglalkoztatás bővüléssel párosult. Az üzem éveken keresztül a közép-zalai térség egyik legjelentősebb foglalkoztatója és Pölöske község legnagyobb helyi adófizetője volt (Magyar Nemzet, 2003. 17.). A vállalkozás 2000-ben 80 főnek, 2008-ban 160 főnek, zömében helybeli lakosoknak adott munkát. A vállalkozás életében bekövetkezett pozitív irányú változások hatására az egykor lokális jelentőségű kisvállalkozás az ezredfordulóra az ország egyik legkedveltebb márkájának előállítójává és hazánk egyik legnagyobb üdítőital- és szörpgyártójává vált.⁹ A fejlődés – ami évről évre 15%-os forgalombővülésben mutatkozott meg – a 2000-es évek elején sem állt le: számos technológiai fejlesztést hajtottak végre, saját ásványvíz kutat avattak és több új, innovatív szörp- és gyümölcsital termékcsaláddal jelentek meg (Zalai Napló, 2008. 02. 13.). 2007-ben közel 6000 m²-en havonta csaknem 5 millió liter üdítőital és szörp készült. Ugyanebben az évben a vállalkozás nettó árbevétele 3,3 milliárd forint volt (Heti Világgazdaság, 2009. 03. 17.).

A példaértékűnek tekinthető fejlődési pálya 2009. kora tavasszal váratlanul megtört. A hazai szörppiacon éveken át vezető pozíciót betöltő vállalkozás szinte egyik napról a másikra megszűnt (Népszabadság, 2009. 03. 18.). A termelés 2009. márciusi leállását követően csoportos létszámleépítés keretében 132 munkavállaló veszítette el az állását.¹⁰ A korábban sikertörténetként számon tartott vállalkozással szemben 2009. júniusában felszámolási eljárás indult. A Bognár Szörp Kft.-vel szembeni hitelezői követelés megközelíti a 2,5 milliárd forintot (Zalai Hírlap, 2009. 04. 18.).

A vállalkozás megszűnésével azonban a „pölöskei szörp” márkanév nem tűnt el. A pölöskei telephelyen ugyanis 2009 nyarán Pölöskei Szörp Kft. néven alacsonyabb kapacitással és kevesebb foglalkoztatottal újraindult a termelés. Az új társaság létrehozásában kulcs szerepet játszó kiskörösi székhelyű Janicsek Kft. a felszámolás alatt álló Bognár Szörp Kft. egykori gyártósorainak bérletével és egykori munkavállalói egy részének (mintegy 40-50 ember) továbbfoglalkoztatásával kívánja a pölöskei szörpgyártást ismét felvirágoztatni (Napi Gazdaság, 2009. 04. 20., Napi Gazdaság 2009. 09. 14., Zalai Hírlap, 2009. 09. 09.).

A Janicsek Kft. és társai által életre hívott Pölöskei Szörp Kft. létrehozásának és a termelés újraindulásának lehetséges motivációi:

⁷ 2005 előtt pölöskei székhellyel és telephellyel, 2005 után változatlan telephellyel, de budapesti székhellyel működött.

⁸ A vállalkozás hazai forgalmazás mellett számottevő külföldi kapcsolatrendszerrel is rendelkezett. Éveken keresztül megrendelésre szállított szörpöket a környező országokba, illetve vállalt bértöltést.

⁹ Országos ismertségét elsősorban annak köszönhetette, hogy több, Magyarországon működő áruházlánc polcain is megjelenhetett. A legkiterjedtebb együttműködés a COOP áruházlánccal volt, amely például a saját márkás szörpjeit és gyümölcsleveit is a Bognár Kft.-vel készítette.

¹⁰ A leállás elsősorban finanszírozási gondokra vezethető vissza. Az utóbbi években végrehajtott ambiciózus beruházásokra felvett hitelek törlesztési kötelezettsége ugyanis egyre nagyobb terhet rótt a vállalkozásra, a növekvő kintlévőségek nyomán pedig a társaság számlavezető bankja zárta a vállalkozás számláit (Index, 2009. 03. 18.). A cég megszűnése jelentős lokális foglalkoztatási gondokat és komoly települési helyi adóbevételek kiesést okozott.

- a márka imázsában rejlő lehetőségek megragadása (biztosnak vélt profit reménye egy országos ismert és közkedvelt üdítőital- és szörpmárka eltűnésének megakadályozása és továbbgyártásának biztosítása esetén);
- a helyi adottságokban rejlő lehetőségek kiaknázása:
 - jól kiépített üzemtelep (korszerű és nagyüzemi termelésre alkalmas gyártócsarnok),
 - magas színvonalú műszaki és technológiai háttér (modern gépek, berendezések, csomagolási eljárás),
 - innovatív üdítő- és gyümölcsital termékcsaládok,
 - tapasztalt, termelési hagyományokat ismerő, gyakorlott munkaerőgárda,
- megalapozott ügyfélkör és bejáratott értékesítési piacok átvétele (hazai és külföldi partneri kapcsolatok, multinacionális áruházláncok);
- biztos alapokon nyugvó szakmai és üzletvezetési háttér (a Janicsek Kft. több éves termelési tapasztalata és „egészséges” piaci terjeszkedési vágya).

4. Soproni Sörgyár: a hazai sörgyártás évtizedek óta meghatározó vállalata

Utolsó nagyvállalati esettanulmányunkban egy olyan élelmiszeripari céget vizsgálunk meg, amely elébe megy a sikernek és folyamatos választ tud adni a piaci kihívásokra.

Az 1895-ben alapított Soproni Sörgyár elmúlt 20 éves története három jól elhatárolható egységre tagolható. Az államszocialista időszakban a Soproni Sörgyár tagja volt annak a hat hazai sörgyárnak, melyek állami tulajdonban voltak.¹¹ Még a rendszerváltozás eseményeinek beindulása előtt felerősödött a kapcsolat a nyugati és a hazai sörgyárak között, melyek licencszerződések formájában mutatkoztak meg. Később ez a folyamat a privatizációban és a tulajdonszerzésben teljesedett ki. 1988-ban a soproni gyár vezetői licencszerződést írtak alá az osztrák Brau AG-val, így az osztrák társaság egyes sörmárkái is felkerültek a termékpalettára. Az első szakasz a sörgyár részvénytársasággá alakulásával zárult 1991 decemberében, ami már lépcsőköve volt a második szakasznak.

1992-ben a Soproni Sörgyáron belül a többségi tulajdonos az osztrák BBAG Österreichische Brau-Beteiligungs AG lett, amely ekkor már a Martfői Sörgyár többségi tulajdonosa is volt. A martfői gyár 1997-ben olvadt bele a Soproni Sörgyárba Rt-be, majd a következő évben Brau Union Hungária Sörgyárak Rt-re változtatta nevét.¹² A külföldi tulajdonos mindkét gyárat modernizálta, új gyártósorok és berendezések üzembeállításával, a szervezeti rendszer racionalizálásával. További előrelépés volt, hogy az egyre népszerűbb saját márkanevek mellett, a sörgyár további licencszerződések útján az osztrák prémium sör termelését is felfuttatta. Az évtized közepére a Soproni Sörgyár Magyarország 4. legnagyobb sörgyárává fejlődött (Béndek Gy. 1994). Az ezredfordulón a Kanizsai Sörgyár leállításával a harmadik legnagyobb söripari tényező lett. Ezzel korábbi regionális szerepkörét országos pozícióra emelte, hazai piaci részesedése meghaladta a 26,5%-ot (2000).

A soproni gyár életében az újabb jelentős lépcsőfok 2003-ban következett be, a Heineken N.V. felvásárolta a Brau Union csoportot, így többségi befolyást szerzett a Brau Union Hungária Rt.-ben.¹³ 2007-ben a cég felvette a Heineken Hungária Sörgyárak Nyrt. nevet, ezzel is nyomatékosítva kötődését egy jelentős multinacionális konszernhez. 2008-

¹¹ A hét hazai sörgyárból hat volt állami, egy pedig szövetkezeti tulajdonú volt (Martfű) (Béndek Gy. 1994).

¹² http://www.heinekenhungaria.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=43

¹³ http://www.heinekenhungaria.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=43

ban a Heineken csoport megvásárolta a kisebbségi részvényesek teljes részvénytársaságját, így a társaság 100%-os tulajdonosává vált, a cég zárt részvénytársasággá alakult. A Soproni Sörgyár termelési kapacitása a kereslet függvényében változott az elmúlt évtizedben (2001: 1,2 millió hl, 2003: 1,5 millió hl, 2005: 1,5 millió hl, 2006: 2 millió hl, 2008: 1,7 millió hl)¹⁴. A prémium sörök termelési köre tovább bővült holland márkákkal, a társaság megtartotta közel 30%-os hazai piaci részesedését.

5. Lipóti Pékség: Szigetközből az országos hírnév felé

Az esettanulmány célja annak bemutatása, miként lehet versenyképes, sikeres és prosperáló egy hazai kis- és középvállalkozás a multinacionális kereskedelmi láncoktól való számottevő függőség megszüntetését követően.

Napjainkban a Győr-Moson-Sopron megyei Lipót község hallatán egyre többen gondolnak a település nevét viselő, országos ismertséggel és bolthálózattal rendelkező Lipóti Pékségre. A sütőipari vállalkozás 1992-ben 80 m²-en négy fővel családi vállalkozásként indult és éveken át csupán a környékbeli szigetközi települések kis boltjait látta el friss pékáruval. A lokális értékesítési viszonyokból való kitörés az 1990-es évek közepétől hazánkban is megjelenő multinacionális élelmiszerláncokkal való kapcsolatfelvételnek volt köszönhető. Az együttműködés azonban – a kereskedelmi láncok beszállítóira nézve hátrányos üzlet- és partnerpolitikája miatt – nem bizonyult tartósnak. A külföldi kiskereskedelmi láncokkal való szakítás 2004-ben következett be.

A váltás az országos ismertség felé tartó út első állomásának tekinthető, hiszen ez adta meg a lehetőséget saját márkanév és mintabolt-hálózat kiépítésére, majd a franchise-rendszer által kínált további dinamikus bővülésre. Az első hat mintabolt 2006-ban önrőből Győrben és Mosonmagyaróváron épült, ezt követően viszont egy rendkívül lendületes franchise jellegű bolthálózat-fejlődés indult be.¹⁵ Annak ellenére, hogy az értékesítés hatósugara csak 2007-ben lépte át a megyehatárt, jelenleg négy megye 25 településen (köztük a fővárosban is) 71 lipóti pékárut forgalmazó mintabolt üzemel és további három megnyitása várható a közeljövőben.¹⁶ A dinamikus terjeszkedés sávja Északnyugat-Dunántúl és környéke (Dunaszerdahely, Észak-Komárom), valamint a közel hárommillió potenciális vásárlóval rendelkező Közép-magyarországi régió. A vállalkozás életében a legnagyobb bő-

¹⁴ http://www.heinekenhungaria.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=43 és Heineken Hungária Zrt. Kereskedelmi Központ.

¹⁵ A franchise a vállalalkozási típusok egyik formája, a piacépítés és marketing egy lehetséges módszere, kölcsönös előnyökön nyugvó üzleti együttműködés. Lényege, hogy a sikeres ötlet tulajdonosa (a franchise-rendszergazdája) nem maga épít ki egy hálózatot, hanem másokat von be a vállalkozás növelésébe úgy, hogy átadja a bevált ötletet a bevezetett márkanévvel és a vállalalkozási tapasztalatokkal együtt a franchise-bérlőknek. Utóbbiak pedig megmaradnak ugyan önálló vállalkozóknak, de fizetnek a siker használatáért a franchise rendszergazdájának. A franchise tehát lehetővé teszi a vállalkozás számára, hogy gyorsabban és sokkal több piacra törjön be, mintha csak a saját erőforrásait használná (Roóz J.–Nagy P. 2005).

¹⁶ Az utóbbi években a helyhez kötött értékesítési hálózat bővülése mellett megjelent a pékárúk mobil kereskedelme is. Jelenleg mozgóárus alvállalkozók 25 útvonalon több mint 50, túlnyomórészt alacsony lakosságú, községi jogállású települést lát el termékekkel a hét egy meghatározott napján. A mozgókereskedelemben érintett kocsik havonta csaknem 100 000 km-t tesznek meg (<http://www.lipotipekseg.hu>).

vülést a budapesti piacra történő 2007-es belépés jelentette. Napjainkban a mintaboltok közel harmada (22 db) a fővárosban működik (<http://www.lipotipekseg.hu>).¹⁷

A boltok számának növekedése a gyártókapacitás és a foglalkoztatottak számának emelkedését is maga után vonta (Magyar Nemzet, 2007. 08. 18.). A pékség tulajdonában jelenleg három, egy lipóti, egy tatabányai és egy budapesti sütőüzem (kenyérgyár) található. Az utóbbi két telephelyen a termelés 2007-ben és 2009-ben indult be. A pékség alkalmazottainak száma az utóbbi években töretlenül emelkedik. 2004–2008 között az alkalmazásban állók száma csaknem megötszöröződött (2004: 50 fő, 2008: közel 250 fő), amit az alvállalkozók és a franchise-partnerek által foglalkoztatott további mintegy 250 munkavállaló egészít ki. A vállalkozás sikere a pénzügyi adatokban is megmutatkozik, a pékség árbevétele például 2005–2008 között 300 millió forintról 2 milliárd forintra növekedett (Népszabadság, 2009. 08. 19., <http://www.lipotipekseg.hu>).

A lipóti márkanév népszerűvé válása és a bolthálózat gyors térnyerése számos tényezővel magyarázható:

- tradicionális ízeket őrző, minőségi alapanyagokból készülő termékek (minőségi szemléletmód),
- nagyfokú innovációs hajlandóság (folyamatos technológia- és termékfejlesztés),
- rendkívül széles, vásárlói igényekre is figyelemmel lévő termékválaszték (mintegy száz fajta terméken belül 23 különböző kenyértípus),
- versenyképes értékesítési árak,
- fogyasztóbarát kereskedelmi hozzáállás (mozgóárus értékesítés kistelepüléseken),
- szakképzett, tapasztalt munkaerő (a tulajdonos is kitanulta a pékmesterséget),
- a franchise-rendszer előnyeinek megragadása.¹⁸

A Lipóti Pékség fejlődésének és sikerének láttán az utóbbi időben egyre többen egyre gyakrabban hangsúlyozzák a hálózatba szerveződés és a mozgóárus értékesítés fontosságát. A hazai sütőipari érdekvédelem csúcsszerve, a Magyar Pékszövetség is ezen irányelvek követésére buzdít (HVG, 2009. 08. 22.).

Konklúzió

Az esettanulmányok jó példát szolgáltattak ellentétes vállalkozási fejlődési pályák szemléltetésére. A vizsgálat rávilágított a sikerek és a kudarcok mögött húzóódó okokra, tényezőkre. Részben a rossz szervezeti struktúrából, a rugalmatlanságból és az elhibázott vállalati döntésekből fakadó versenyhátrányok és a velük járó problémák akár gyorsan és váratlanul is képesek egy cég bukását előidézni. A tulajdonosváltás, egy új szemlélet megjelenése, pozitív, de negatív irányba is képes tolni egy vállalat fejlődését, ezt tapasztalhatunk a Győri Kecs- és Ostyagyár, illetve a Soproni Sörgyár ellentétes példáján. Egy új innovatív ötlet megvalósítása, egy radikális lépés megtétele is lehet akár a siker útja, amint ez meg is valósult a Lipóti Pékségben. A csődhelyzetek mögött gyakran felsejlik a remény új piaci szereplők számára, hogy a keletkező ürt sikeresen betöltsék. Ilyen irányú folyamatra következtethetünk Zala és Vas megyében, egyes húsipari kkv-k esetében.

¹⁷ A társaság távlati célja, hogy a főváros valamennyi városrészében és kerületében saját termékek forgalmazásával foglalkozó kereskedelmi ponttal rendelkezzen.

¹⁸ A Lipóti Pékség számára jelentkező előnyök:

- bővülő franchise-bérlői kör által generált országos bolthálózat- és vásárlóközönség-növekedés,
- jövedelemnövelés „franchise-díjakkól”,
- a hirdetési költségek fedezetének elosztása,
- a napról napra jelentkező vezetési és adminisztratív terhek csökkenése.

Irodalomjegyzék

- Béndek Gy. (1994): A magyar söripar és piaca a teljes privatizáció után. Söripar, 40. évf., 4. sz. pp. 139–141.
- Orbáné N. M. et al. (2006): Az élelmiszeripar strukturális átalakulása (1997–2005). Agrárgazdasági tanulmányok. Budapest.
- Roóz J.–Nagy P. (2005): Vállalkozástan. Perfekt. Budapest.
- Szabó S.–Stárics R.–Vidéki I. (2009a): A Nyugat-dunántúli régió élelmiszeriparának átalakulása a rendszerváltozás óta napjainkig. Kézirat.
- Vidéki I.–Stárics R.–Szabó S. (2009b): The changes of the food processing industry in Western Transdanubia from the time of the democratic transformation to our days. Kézirat.
- Figyelő, 2002. 05. 16. – „Megszolgált örökség”.
- Heti Világgazdaság, 2009. 03. 17. – „Nem engedik be a dolgozókat a pölöskei Bognár Szörp Kft. telepére”.
- Heti Világgazdaság, 2009. 08. 22. – „Hálózatba szerveződő sütődék”.
- Index, 2009.03.18. – „Nincs többé pölöskei szörp”.
- Kisalföld, 2000. 11. 23. – „Danone-é a Keksz”.
- Kisalföld, 2001. 10. 21. – „Danone, a gyár marad”.
- Magyar Nemzet, 2007. 08. 18. – „A lipóti parasztkenyér sikere a multik szorításában”.
- Magyar Nemzet, 2009. 03. 17. – „Nem léphetnek be a pölöskei szörpgyárba a dolgozók”.
- Napi Gazdaság, 1993. 11. 11. – „Év végére befejeződik a Zalahús teljes privatizációja”.
- Napi Gazdaság, 2005. 04. 11. – „Mire elég a Zalahús vagyona?”.
- Napi Gazdaság, 2009. 04. 20. – „Új kézen folyik keresztül a Pölöskei szörp” (2009. 04. 20.).
- Napi Gazdaság, 2009. 09. 14. – „Pölöskei szörpként folytatják”.
- Népszabadság, 2009. 03. 18. – „Elapadt a Pölöskei szörp is”.
- Népszabadság, 2009. 08. 19. – „Kétféle kenyeret esznek”.
- Világgazdaság, 2005. 05. 19. – „Átszervezés után a Györi Keksz”.
- Zalai Hírlap, 2006. 09. 21. – „A termelés a piaccal együtt bővül”.
- Zalai Hírlap, 2008. 01. 23. – „Alagsori üzemként indultak”.
- Zalai Napló, 2008. 02. 13. – „Funkcionális gyümölcsitalok”.
- Zalai Hírlap, 2009. 04. 06. – „Előre menekülni”.
- Zalai Hírlap, 2009. 04. 18. – „Elküldik a Bognár Szörp dolgozóit: 132-en kerülnek utcára”.
- Zalai Hírlap, 2009. 08. 27. – „Megnyitott a Zala Park”.
- Zalai Hírlap, 2009. 09. 09. – „Bérekkel adós a szörpüzem, de utódja munkát ad”.
- Vállalati honlapok:
- <http://www.ahida.hu>
- <http://www.babatihus.hu>
- http://www.eutudakozo.hu/miniweb/toth_hus_kft/
- http://www.heinekenhungaria.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=43
- <http://www.lipotipekseg.hu>

FOJTIK JÁNOS, PHD*–KÖVÉR JUDIT:**

A falusi lakosság affinitása az egészségtudatos ételmiszerfogyasztás iránt

Abstract

This paper is concerned with healthy nutrition as a consumer trend. Importance of the issue has been evidenced by the fighting against malnutrition worldwide. Diseases caused by malnutrition – mainly obesity – are problems in both developed and developing countries. Consumers of the 21st century run unhealthy ways of life, even in the field of nutrition. Unfortunately, it is a common practice that eating plays not a central role in the life of people. Further, there is no adaptation to changing environment and there is a lack of physical exercises and sports, as well. However, there are opportunities for prevention of problems mentioned above majority of people seems not to behave as a conscious consumer. An empirical research was designed and managed in a rural environment on causes of this phenomenon. Affinity of people living in a rural environment to consuming healthy food was investigated. This is a paper discussing factors – including affinity – affecting decisions of the consumers focusing on healthy nutrition.

1. Bevezetés

A régi somogyi ember hétköznapi étkezésében a legfontosabb ételek gabonafélékből készültek. Húst (disznóhúst) kevesebb alkalommal (ünnepekkor, munkaidényben) fogyasztottak. Gyakran készítettek halat is. Sok gyümölcsöt ettek; nyersen, télen pedig aszalva vagy lekvár formájában. Minden családnál voltak tehenek, így a tej és a tejtermékek fogyasztása szintén nem okozott gondot. A régi falusiak táplálkozási szokásait az évszakok és a szezonok váltakozása szervezte rendszerbe (Tusor 2004).

A napjaink fogyasztójára jellemző étkezési szokásokat a GfK Hungária Piackutató Intézet 2007. évi felmérésének eredménye illusztrálja. Az élelmiszerek legszívesebben és leggyakrabban fogyasztott tízes rangsorában azt látjuk, hogy kedveltebbek lettek a hagyományosan főzött levesek, a sajtok, a tésztafélék és a szárazárak (szalámi, kolbász). Lejjebb csúszott viszont a listán a szárnyasok, burgonya gyümölcsök és zöldségek fogyasztása. A GfK felméréséből is jól látszik, hogy a lakosság legnagyobb hányada nem építi be táplálkozási szokásai közé az egészségtudatos szemléletet.

Régen többen végeztek komolyabb fizikai munkát, mint ma. Napjaink fogyasztója egyértelműen a „kényelem fogyasztója”. Régen az ételeket a saját maguk által termelt növényekből, és az általuk tenyésztett állatokból készítették, továbbá a környezet- és talajszennyezés mértéke is jóval alacsonyabb volt, ezért tisztában voltak azzal, hogy mit esznek, mennyi vegyszer került a növényre, milyen táplálékot fogyasztott az állat. Nem jellemző, hogy a ma fogyasztójának ilyen lehetőségei lennének. Mindezeket összefoglalva talán mondhatjuk, hogy régen az emberek nem egészségesen, de egészségesebben táplálkoztak, mint ma.

* Adjunktus – Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.

** Okleveles közgazdász.

2. Az ételmisszer-fogyasztói magatartás trendjei

Az ételmisszer az ember létfenntartásához szükséges elemek egyike, ugyanakkor azonban gyakran úgy tekintünk az ételmisszerre, mint a gondoskodás kifejezőjére, a betegségek gyógy módjára, az egészséggel való kapcsolat megteremtésére, a kreativitás területére, az ön megvalósítás eszközére, azaz szimbolikus értéket is tulajdonítunk neki. Az étel elfogyasztása egyaránt szolgálhat az öröm, a jó és a rossz közérzet (hasi fájdalom) forrásául. Más szóval, az elfogyasztott ételmisszer alapja lehet az egészségnek, de betegségeknek is okozója lehet.

A kapcsolódó irodalmak eltérő módon közelítik meg a „food-trendeket”. Lehota (2004) a marketingmodell kulcsszereplőire ható makro- és mikrokörnyezet tükrében mutatja be a jelenlegi, és a várható ételmisszerfogyasztói magatartás trendjeit. Ezzel szemben Töröcsik (2007) a felmerülő új jelenségeket a gyors és lassú élettempó, valamint a modern és tradicionális értékorientáció dimenzióiban ábrázolja. Utóbbi hangsúlyozza, hogy étel- és étkezés választásunkat motiválhatja a tudatosság és az élvezet külön-külön és együtt is. A napjainkban jellemző munkatempó következményeként felbomlottak a hagyományos étkezés keretei, eltolódtak az étkezési idők. A korábban szokásos reggeli-ebéd-vacsora jelentősége átalakult. Egyre általánosabbá válik, hogy az étkezést, mint mellékes tevékenységet, útközben végzik az emberek. Ugyanakkor azonban az *egészség és tudomány* trendcsoport magában foglalja egyrészt a természetes eredetű ételeket, másrészt pedig a természetes eredetű, de valamilyen technikai beavatkozással kiegészített termékeket is. Mindent összevetve, számos olyan étel és étkezési mód sorolható fel, amelyek mindegyike az egészség megőrzését szolgálja.

A két szerző által bemutatott ételmisszerfogyasztói trendeknél megjelenik az egészséges termékek fogyasztásának növekvő szerepe, egyrészt a természeti környezetnek a társadalomra gyakorolt hatásában, másrészt pedig az egészség és tudomány trendcsoporton belül. Az egészség- és környezettudatos fogyasztói magatartás lényegi eleme, hogy elfogadja ugyan a tömegtermelés szükségességét, ám döntéseiben komoly hangsúlyt fektet annak környezetre és egészségre gyakorolt hatásaira. Keresletében az életminőség dominál, a természetesség keresése kerül előtérbe, amely nagymértékben felértékeli a célcsoport tagjainak körében a lokális termékek iránti igényt. Egyre nagyobb igény mutatkozik a lokális termékek iránt (például: nagymama levárja, „falusi csirke” stb.). Azt gondolhatnánk, hogy a falusi lakosság ételmisszer-fogyasztásában ennek a trendnek az érvényesítése nem okoz gondot.

3. A magyar lakosság egészségtudata

A magyar lakosság döntő többsége nem gondolkodik tudatosan saját egészségi állapotáról, bár a tendencia egyre inkább javulást mutat. Napjainkban a fogyasztási trendek közül egyre nagyobb szerephez jut az egészséges étkezésre való törekvés, s egyre népszerűbbé válnak a súlycsökkentést segítő, a jó közérzetet biztosító ételmisszerek vásárlásai. Havonta új termékek százai próbálnak szerencsét a piacon, azonban csak azok számíthatnak hosszú távú sikerre, amelyek megfelelnek a fogyasztók fenntartható igényeinek, mint például az egészséges táplálkozás. 2007 elején a TSN Hungary Gazdasági és Társadalmi Marketing Tanácsadó Kft. Országosan reprezentatív felmérést végzett a magyar lakosság egészségi állapotáról. A felmérés során az alábbi hat témakörben tettek fel kérdéseket:

1. Mennyire vagyunk jól informáltak az egészség témakörében?
A vizsgálat eredményei azt igazolták, hogy a magyar lakosság közepesen tekinthető tájékozottnak az egészség-témakörben. A válaszadóknak csak 16%-a állította, hogy a daganatos megbetegedések egyik lehetséges oka összefüggésbe hozható a helytelen, egészségtelen táplálkozással.
2. Mennyire fontos az egészség megőrzése?
A válaszok alapján arra lehet következtetni, hogy a lakosság nem gondolkodik tudatosan a saját egészségéről. A megkérdezettek kevesebb, mint fele (47%) értett egyet azzal az állítással, hogy saját maga felelős az egészségért. A mintának csupán 41%-a tartja kiemelkedően fontosnak, hogy a lehető legegészségesebben éljen, és csak 29% állítja, hogy ennek érdekében aktívan tesz is valamit.
3. Mennyire áll módunkban mindent megtenni saját egészségünk érdekében?
Az e témakörben kapott eredmények alapján a magyar lakosság számára igenis biztosítottak a lehetőségek az egészséges életmódra.
4. Konkrétan mit teszünk a saját egészségünk érdekében?
A kapott válaszokból egyértelműen tűrközzdik, hogy bár a lehetőségek adóttak, mi mégsem teszünk meg mindent az egészségünk érdekében.
5. Mennyire valljuk egészségesnek magunkat?
A válaszadók 48%-a tartotta saját egészségi állapotát jónak vagy nagyon jónak. A megkérdezettek 67%-a normál testsúlyúnak érzi magát, azonban a testtömegindexük alapján a mintában résztvevő lakosságnak csupán a 47%-a tekinthető normál testsúlyúnak, 37%-uk túlsúlyosnak, míg 12% elhízottnak számít.
6. Milyennek ítélik meg a magyar lakosság általános egészségi állapotát?
A megkérdezettek nagyon rossznak ítélik meg a lakosság általános egészségi állapotát. Csupán a válaszadók 15%-a gondolja úgy, hogy a lakosság egészségi állapota a közepesnél jobb.

Forrás: http://egeszseg.origo.hu/cikk/0714/328205/20070407egeszseginde_1.htm

A GfK Hungária Piackutató Intézet 2007 elején a tudatos táplálkozással kapcsolatban vizsgálódott a 15 évesnél idősebb magyar lakosság körében. A mintába bevont 1000 fő közül 58% saját bevallása szerint normálisan étkezik, 29% nyilatkozott úgy, hogy csak olyasmint fogyaszt, ami ízlik neki, még ha az kevésbé egészséges is, s csupán 13%-ra tehető azoknak az aránya, akik törekednek a kiegyensúlyozott, egészséges táplálkozásra. Ez utóbbi csoportban felülreprezentált a 60 év feletti korosztály, ami annak is köszönhető, hogy egészségi állapotukból adódóan sok esetben indokolttá válik a táplálék helyes megválasztása. A felmérésből az is kiderül, hogy a nők sokkal tudatosabb fogyasztóknak számítanak, mint a férfiak. A válaszadók 88%-át egyáltalán nem érdekli a napjainkra jellemző wellness-, fitness-örület, amikor is megmondják, hogy mi az egészséges. A magyarokra általánosságban az jellemző, hogy csak akkor tesznek valamit egészségük védelme érdekében, ha már baj van. A GfK felméréséből kiderül, hogy a lakosság 37%-a aktívan nem tesz semmit az egészségéért. A fennmaradó hányad valamit megpróbál tenni, a férfiak inkább sportolnak, míg a nők inkább egészségesen próbálnak élni (<http://www.gfk.hu/sajtokoz/fr2.htm>).

4. A vásárlást befolyásoló „belső” tényezők – az affinitás

A fogyasztót vásárlási döntéseinek meghozatala során számos tényező befolyásolja, amelyek kiterjedt szakirodalma van már. Rengeteg olyan könyvvel, tanulmánnyal találkozhatunk, amelyek az involvement, attitűd, motiváció stb. témakörével foglalkoznak (Fónai 1996; Sas 2006). Az említett tényezők nagyon erős befolyással vannak a vásárló döntésére.

Nem olyan régen a marketing-szakembereket a *fogyasztói affinitás* kezdte el foglalkoztatni, amely szintén képes befolyásolni a fogyasztók cselekedeteit. A hazai szakirodalomban még nem találhatók rá vonatkozó feljegyzések. Oberecker et al. (2008) úgy találta,

hogy az affinitás természetes, esetleg spontán módon felmerülő tetszés, szimpátia egy személy vagy tárgy iránt. Egy másik megközelítés szerint az affinitás valamihez való vonzódást, fejez ki, azt, hogy valami tetszik, a tetszés valamilyen kapcsolaton, okozati összefüggésen alapul. A kifejezést leginkább talán a „hajlandóság, vonzódás” szavakkal tudnánk lefordítani. Azt is mondhatnánk, hogy az affinitás nem más, mint az egyénnek az egyes termékek, szolgáltatások iránt megnyilvánuló hajlandósága, hajlama. Az affinitás a jelek szerint csekély erősségű mutató, valamivel erősebb az érdeklődésnél, de nem annyira erős, mint az attitűd, vagy az involvement.

A három tényező – affinitás, attitűd, involvement – egymástól való elkülönítése nehéz feladat és nem is valósítható meg teljes mértékben. Szoros kapcsolat van az egyes kategóriák között. Mennyi lehet az esélye annak például, hogy egy gyengén involvált fogyasztó erős affinitást mutasson valamilyen termék iránt, vagy fordítva? Talán semennyi.

Fő témánk az egészséges ételmisszeripari termékek iránti fogyasztói affinitás. Ebben az összefüggésben az affinitás azt fejezi ki, hogy az egyén milyen mértékben mutat hajlandóságot az egészségének megőrzését, javítását biztosító ételmisszerek iránt. Nyilvánvaló, hogy különböző emberek esetében a hajlam eltérő, aminek alapját közvetlen és közvetett tapasztalatok képezhetik. Személyes, közvetlen tapasztalat például, ha az egyénben már tudatosan mutatkozik „tetszés” a termék iránt, hisz azt kipróbálta, meggyőződött annak kedvező hatásairól. Indirekt, közvetett tapasztalatként említhető, amikor például a médiából értesül egy termék egészségre gyakorolt hatásáról, és emiatt keletkezik affinitás vele szemben.

5. A falusiak egészséges táplálkozás iránti affinitásáról

A vizsgálat a csurgói kistérség – ami a 48 leghátrányosabb helyzetű kistérség egyike – öt községében (Berzence, Csurgó, Gyékényes, Somogyudvarhely és Senta) folytattuk le. A vizsgálat kvalitatív módszerrel zajlott le, ami a célnak is megfelelt, a minta csekély elemszáma is indokolta. A hipotézisek a falusi lakosok egészséges táplálkozás iránti affinitásának tényezőire (főként az árakra), az informáltság és az életkor összefüggésére, a vásárlások jellegére és az egészséges életmód egyéb tényezőire vonatkoztak. A lekérdezésre 2009 februárjában és márciusában került sor, egyéni mélyinterjúk módszerrel. A mintavétel egyszerű véletlen kiválasztással történt, ennek köszönhetően a kapott eredmények nem reprezentatívak, viszont érdekesek. A mintában három egyszerű életkor szerinti kategóriát képeztünk: 15–25 év közöttiek („fiatalok” csoportja), 26–50 év közöttiek („középkorostály”), 51 évtől pedig az „idősek” csoportja.

A megkérdezés egyéb tényezőire és a részletekre ki nem térve az affinitás szemszögéből összegezve a kapott válaszokat lényegében a következők táblázatban közölt eredményekre jutottunk.

Kérdés	15–25 év: „fiatalok”	26–50 év: „középkorostály”	51 évtől: „idősek”
Mit jut először eszébe az egészséges táplálkozásról?	zöldség, gyümölcs, vitaminok, ellenállóbb szervezet	zöldség, gyümölcs, sportolás, nem zsíros ételek, fehér hús	pénz, rendszeres étkezés, megfelelő táplálkozás
Milyen ételeket fogyaszt Ön szívesen?	hús (csirke), hal, zöldségek, tésztafélék	mindent, rántott hús, kifőtt tészta, főzelék, pörkölt	hús (vad, hal, szárnyas)

Kérdés	15–25 év: „fiatalok”	26–50 év: „középkor-osztály”	51 évtől: „idősek”
Táplálkozásával hozzájárul-e Ön egészsége megőrzéséhez, javításához?	igen → gyümölcsrel, kevesebb húst fogyaszt, nem vacsorázik	nem igazán, csak rövid ideig, mert kevés az akaraterő → több hal, rozskenyér, joghurtok	nemigen → a munka miatt nincs rá idő, anyagi helyzete nem teszi lehetővé, anyagi okok és a megszokás miatt
Miért fogyaszt Ön egészséges élelmiszer-ipari termékeket?	mert szereti	nem fogyaszt	nem, csak betegség miatt
Családjában fogyaszt-e valaki ilyen jellegű termékeket?	nem	nem, esetleg gyümölcsöt, zöldséget, rozskenyeret	nem
Milyen ételeket fogyaszt Ön szívesen?	hús (csirke), hal, zöldségek, tésztafélék	rántott hús, kifőtt tészta, főzelék, pörkölt	hús (vad, hal, szárnyas)
Szokott-e Ön tudatosan egészséges terméket vásárolni?	nem	nem	nem
Ha nem, akkor hol lehetne beszerezni?	falun nem, kisvárosban, közepes és nagyobb boltokban	hipermarketben, boltban, nagyobb városok boltjaiban	hipermarketben, boltban
Az Ön környezetében van lehetőség egészséges élelmiszeripari termékek vásárlására?	nincs, minimális	nem, helyi kisboltban is	nincs, nem tudja
Találkozott-e már Ön az egészséges táplálkozásról szóló anyagokkal? Ha igen, hol?	igen, reklám, plakát, főzőműsorok	igen, reklám, könyv	igen, reklám, tv, újság, internet, rádió

6. Következtetések

A megkérdezettek nem figyelnek oda tudatosan a táplálkozási szokásaikra. A fogyasztók nem rendelkeznek megfelelő ismeretekkel az egészséges élelmiszeripari termékekről, ezért affinitásuk sem tudatos az ilyen termékek iránt. A tapasztalatok alapján a falusi lakosságnak van affinitása az egészségtudatos táplálkozás iránt. A probléma a szemlélettel van. Az ár jelentős mértékben gátolja a lakosság affinitásának érvényre jutását az egészségtudatos élelmiszerek iránt.

Irodalomjegyzék

- Egyelőre kevesen táplálkozunk tudatosan (2007): GfK Hungária, Sajtószolgálat, Étkezési szokások. <http://www.gfk.hu/sajtokoz/fr2.htm> (letöltve: 2007. 11. 24.).
- Étkezési szokások, <http://www.gfk.hu/sajtokoz/fr2.htm> (letöltve: 2007. 11. 30.).
- Fónai I. (1996): Az involvement alapkategóriái, Marketing & Menedzsment, XXX(1): 4–10.
- Lehota, J. (2004): Az élelmiszerfogyasztói magatartás hazai és nemzetközi trendjei, <http://www.taplalkozasmarketing.hu/2004/food-nutrition-marketing-2004-02-Lehota.pdf> (letöltve: 2009. 01. 14.).
- Oberecker, E. M., Riefler, P. & Diamantopoulos, A. (2008): The Consumer Affinity Construct: Conceptualization, Qualitative Investigation, and Research Agenda, Journal of International Marketing, 16(3): 23–56.

- Rudnai, A.–Illyés, A.* (2007): Egészségindex: A magyar egészségtudat számokban http://egeszseg.origo.hu/cikk/0714/328205/20070407egeszseginde_1.htm (letöltve: 2007. 11. 30).
- Sas, I.* (2006): Reklám és Pszichológia, 2. jav. kiad. Budapest, Kommunikációs Akadémia.
- Törőcsik, M.* (2007): Vásárlói magatartás: Ember az élmény és a feladat között, Akadémia Kiadó, Budapest.
- Tusor, A.* (2004): Gasztronómia: Étel- és italismeret, 5. utánnnyomás. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft.

DR. NÓTÁRI MÁRTA–DR. HABIL. FERENCZ ÁRPÁD:^{*}
A hungarikum termékeket fogyasztók életstílusának elemzése

Abstract

The only products, which can meet the high demands of the Common Market are the ones which have added values and are in conformity with the quality and safety conditions of the food industry. Such products are what we consider 'Hungaricum' and we have to do our best to improve our activities in order to find markets for them. Accordingly, we have made researches regarding the habits, preferences and lifestyle of customers, who purchase Hungarian products of gardening and food industry. There is no usable result in every case from marketing aspect given by the classical socio-demographic segmentation method. It is stated that consumers with analogous demographic situation purchase diverse products. The main motive of the deviation is the personal lifestyle. The lifestyle of consumers of horticultural and food industrial Hungaricums (typical Hungarian products) were examined and analyzed in the study.

1. Bevezetés

A marketing szakemberek számára kihívást jelent, hogy a könnyen differenciálható termékeket hatékonyan vezessék be a piacra, hosszú ideig piacon tarthatók legyenek és megfelelő piaci részesedésük legyen. Az ilyen egyedi, speciális és ezért könnyen differenciálható termékek száma nagy mértékben megnövekedett. Marketing szempontból egy megoldás lehet, az alapos szegmentálás. A klasszikus szociodemográfiai szegmentáció nem minden esetben ad marketing szempontból használható eredményt (Tull 1990). Egy hatékony szegmentálás ötvözni képes a termék kategóriára sajátosan jellemző fogyasztó dinamikát a szintén termékspecifikus motivációs dinamikával. E két módszer együttes alkalmazása fokozhatja a stratégiai marketing – „intelligenciát”, amely szükséges napjainkban az egyedi, speciális termékek piacon tartásához (Hofreither 2005).

2. A kutatás háttere

2007–2008. évben primer kutatásokat végeztünk a kertészeti és élelmiszeripari hungarikumok fogyasztók fogyasztói magatartásának és életstílusának elemzésére. A mintákat a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján súlyozottan gyűjtöttük. A programunkba bevittünk 1956 kérdőív adatait és feltételeket adtunk meg az SPSS programnak (select variable). Ez lehetőséget nyújt arra, hogy a megadott feladattömbből kiszűrje a nem szükséges adatokat. Így az alapsokaság összetétele megfelelt a KSH népesség nyilvántartás összetételének. A mintánk így közel reprezentatív lett, azaz 1304 minta elemszám alapján az egész magyar népességre következtetéseket tudunk levonni.

^{*} Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar, Műszaki, Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet, Kecskemét.

3. Módszer

3.1. A változók struktúrájának vizsgálata faktoranalízissel

A változók számának csökkentése azt jelenti, hogy a statisztikai mintában lévő információ lehetőleg kis csökkentésével ugyanazt a jelenséget kevesebb változóval írjuk le. Ennek egyik módszere a faktoranalízis, mely során az elemek közötti függőség felderíthető úgy, hogy az eredeti változók helyett hipotetikus változókat, ún. faktorokat határoztunk meg.

A faktoranalízis során a faktorok meghatározásakor a vizsgált változók korrelációs mátrixából indulunk ki. Amelyik változó nem korrelál más változókkal, nagy valószínűséggel önálló faktorról rendelkezik. Ha viszont két vagy több változó között szoros korreláció van, akkor feltételezhető, hogy egy vagy néhány közös faktorról rendelkeznek. Faktoranalízis során a faktorsúlyok mátrixát kerestük.

3.2. A változók struktúrájának vizsgálata klaszteranalízissel

A többváltozós statisztikai vizsgálatok egyik jellegzetes feladata az objektumok osztályozása. Gyakran alkalmazott osztályozási módszer a klaszteranalízis. Feladata az, hogy a különböző objektumokat (egyedeket) azok hasonlósága alapján, közös tulajdonságaik figyelembe vételével csoportokba sorolja. A klaszterelemzés olyan osztályokat definiál, ahol egy osztály minden eleme minden szempontból ekvivalens és az eljárás után megadhatja a típusjegyeket. Az analízist az SPSS programcsomag menüsorából futtattuk.

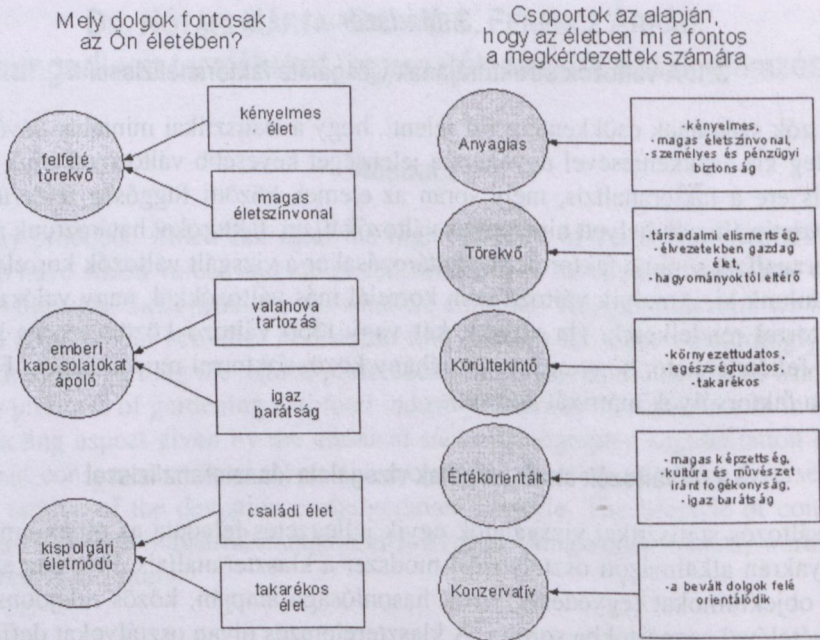
4. Eredmények

4.1. A hungarikum termékeket fogyasztók életstílus vizsgálata

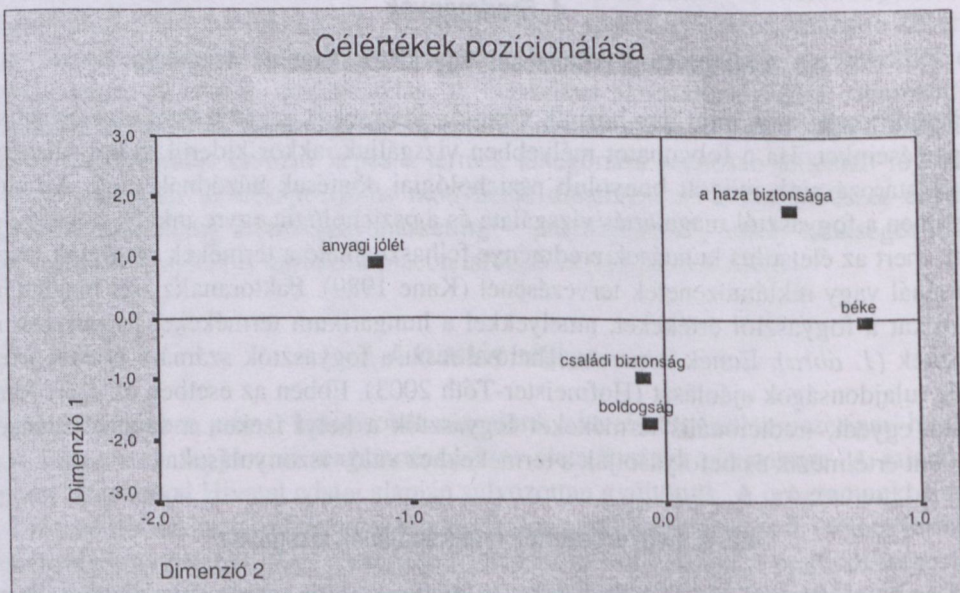
Életünk során nap, mint nap hozunk vásárlói döntéseket, érvényesítve elsősorban saját elképzeléseinket. Ha a folyamatot mélyebben vizsgáljuk, akkor kiderül, hogy választásaink, elhatározásaink mögött bonyolult pszichológiai döntések húzódnak meg. Az utóbbi évtizedben a fogyasztói magatartás vizsgálata és a pszichológia egyre inkább összekapcsolódott, mert az életstílus kutatások eredménye felhasználható a termékek megfelelő pozicionálásánál vagy reklámüzenetek tervezésénél (Kane 1989). Faktoranalízissel meghatároztuk azokat a fogyasztói értékeket, amelyekkel a hungarikum termékeket fogyasztók rendelkeznek (1. ábra). Ennek ismerete lehetővé teszi a fogyasztók számára értéket jelentő termék tulajdonságok ajánlását (Hofmeister-Tóth 2003). Ebben az esetben ez azért fontos, mert az egyedi, tradicionális termékeket fogyasztók a helyi ízeket, a sajátos minőséget pluszként értelmezik és befolyásolják a termékekhez való viszonyulásukat.

4.2. A megkérdezettek értékrendjének vizsgálata

Az értékek változását a MTA Szociológiai kutatócsoportja tanulmánya alapján vizsgáltuk (Füstös és Szokolczai 1994). A kérdőív első kérdése szociológiai jellegű volt és azt célozta, hogy a jelenkori társadalom értékrendjének megismerésén keresztül a fogyasztói magatartás érthetőbbé válhasson. A „Rokeach” teszt 18–18 cél- és eszközértékéből a kérdőívben 5–5-t emeltünk ki. A megkérdezetteknek 1-től 5-ig rangsorolniuk kellett az értékeket úgy, hogy a legfontosabbnak tartott érték kapta az 5-ös pontszámot, a legkevésbé fontosnak tartott pedig az 1-est. A szociológusok célértéknek tekintik azokat az értékeket, melyek az optimális életcél jelentik. A kérdőívben kiválasztott célértékek: anyagi jólét, béke, boldogság, családi biztonság, a haza biztonsága (2. ábra).



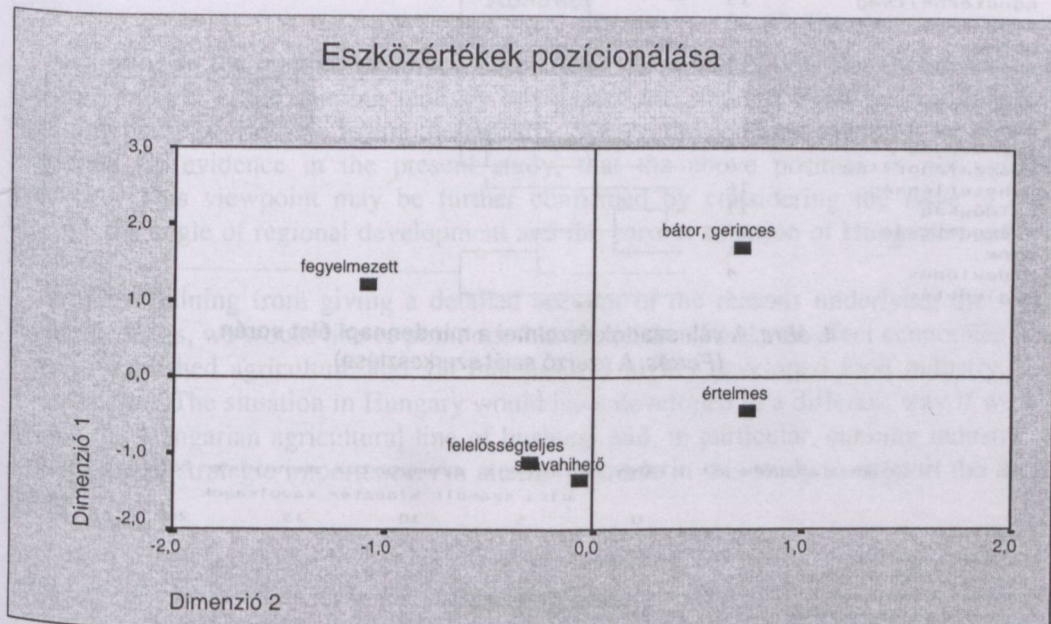
1. ábra. A hungarikum termékeket fogyasztók értékcsoportjai
(Forrás: A szerző saját szerkesztése)



2. ábra. A megkérdezettek körében leginkább elérni kívánt célok
(Forrás: A szerző saját szerkesztése)

A célértékek között jelentős szóródás figyelhető meg. Az anyagi jólét és a haza biztonsága elkülönül az egymáshoz viszonylag közel pozícionált boldogság és családi biztonság értékektől, melyekhez még a béke viszonylag közel helyezkedik el. A tengelyek irányának és számértékének nincs jelentősége. Az értékek egymáshoz viszonyított távolsága számít.

Eszközértékeknek azokat az értékeket tekintik, melyek a leginkább fontosak az optimális életcél megvalósításához. A kérdőívben kiválasztott eszközértékek: bátor, gerinces, értelmes, felelősségteljes, fegyelmezett, szavahihető.

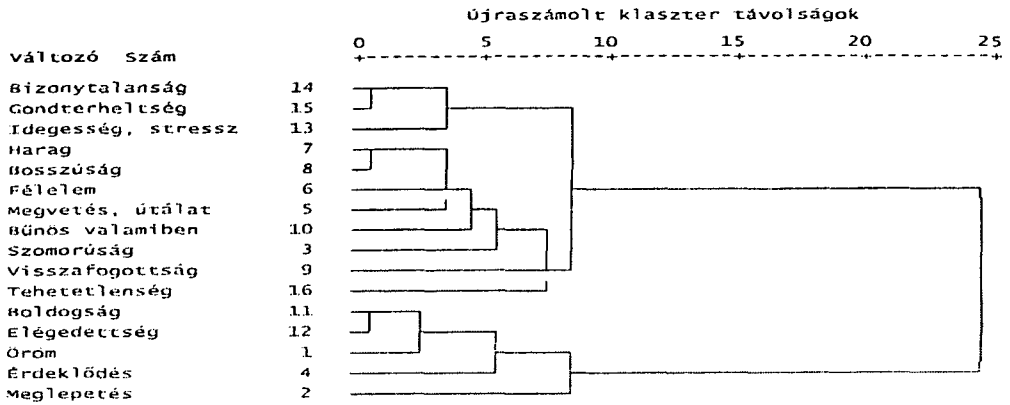


3. ábra. A cél elérését segítő eszközértékek egymáshoz viszonyított helyzete
(Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Az eszközértékek pozícionálása szorosan összefügg a célértékek egymáshoz viszonyított helyzetével. Látható, hogy a *szavahihetőség* és a *felelősségteljesesség* egymáshoz közel álló értékek, míg a *fegyelmezettség* és a *bátorság* tőlük messze elkülönül (3. ábra). Szükséges az értékek abszolút mértékben történő kifejezése, mert a többi pont helyzete ekkor nyer értelmet. Tekintsük például az *anyagi jólétet*. Azért különül-e el, mert ez a legfontosabb, vagy azért, mert a legkevésbé fontos? Ez további kutatást igényel.

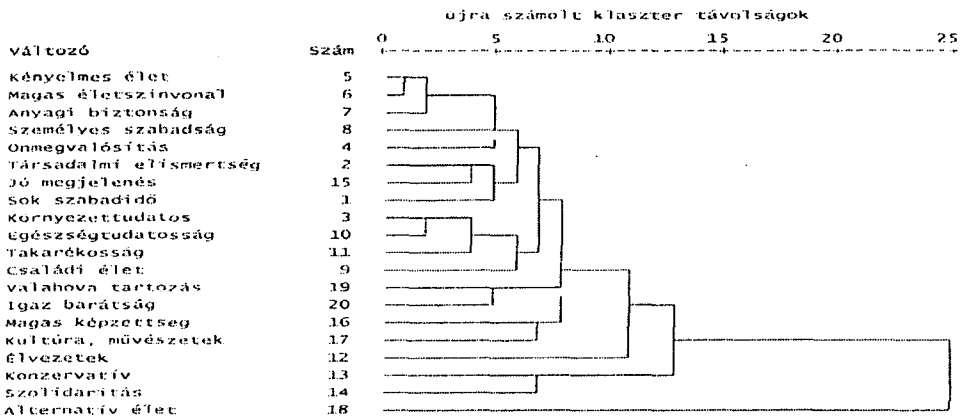
A kérdőívünkben állításokat adtunk meg a válaszadóknak. A 4–5. ábrán azt láthatjuk, hogy az állításokra adott válaszok hogyan függnak össze. A sokdimenziós térben a válaszok, mint pontok jelennek meg. A program ezek távolsága alapján határozza meg azokat a klasztereket, amelyekben a válaszok egymás közötti távolsága a legkisebb. Mindkét dendrogram összetett fürtű klaszterként elemezhető. A 4. ábrán 3 csoport különül el: a gondterheltek, az indulatosak és a kiegyensúlyozottak. Az 5. ábrán több kisebb csoport jelenik meg: kényelem, önmegvalósítás, egészség, barátság és a nyugodt élet fontossága.

Milyen gyakran érzi az alábbiakat a mindennapi élete során?



4. ábra. A válaszadók érzelmei a mindennapi élet során
(Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Ön számára az alább felsorolt szempontok mennyire fontosak?



5. ábra. A válaszadók fontossági szempontjai a mindennapi élet során
(Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Irodalomjegyzék

- Füstös-Szakolczai (1994): MTA Szociológiai Intézet Értékszociológiai Műhelye, Kutatási jelentés.
Hofmeister-Tóth Á. (2003): Fogyasztói magatartás. Aula Kiadó, Budapest.
Hofreither M. F. (2005): Lebensstilforschung in Marketing. Forschungsprojekt University of Hohenheim.
Kane, C. L. (1989): Overcome the „Me too” Product Syndrom. The Journal of Business Strategy March/April.
Tull, D. S.-Hawkins, D. I. (1990): Marketing Research. Macmillan Publishing Co. New York.

DR. KIS MÁRIA:^{*}

Konzervipar és vidékfejlesztés

Abstract

According to the opinion of certain specialists – who would consider themselves outstanding experts –, the canning industry has passed the stage of maturity and entered a declining phase of lifecycle within the industry. We, on the contrary, maintain the view, as supported by evidence in the present study, that the above position is not suitably grounded. This viewpoint may be further confirmed by considering the issue at hand through the angle of regional development and the current situation of Hungarian national economy.

While refraining from giving a detailed account of the reasons underlying the world economic crisis, we would like to point out that the crisis is likely to affect economies with a well-established agriculture and, on that basis, a highly developed food industry, to a lesser degree. The situation in Hungary would have developed in a different way if we had treated the Hungarian agricultural line of business and, in particular, canning industry, as an industry of strategic importance. An attempt is made in this study to support the above view.

Összefoglalás

Egyes vélemények – magukat neves szakértőknek tartók – szerint a konzervipar túljutott az érettség szakaszán, az iparág az életgörbe hanyatló ágába jutott. Véleményünk szerint, mint ezt tanulmányunkban is bizonyítjuk, ez a feltevés nem helytálló. annál is inkább igazolható ez a tény, ha a vidékfejlesztés szemszögéből nézzük a kérdéskört és figyelembe vesszük a magyar nemzetgazdaság jelenlegi helyzetét.

A sokat emlegetett gazdasági világválság okait nem kívánjuk taglalni, de megállapítható, hogy azokat a gazdaságokat kevésbé rázta meg a válság, amelyek jól megalapozott mezőgazdasággal és erre épülő fejlett, magas színvonalú élelmiszeriparral rendelkeznek. Másként alakulhatott volna Magyarország helyzete, ha gazdaságpolitikailag úgy kezeltük volna a magyar agrárvertikumot, és ezen belül a konzervipart, mintegy stratégiai fontosságú iparágat. Ez próbáljuk igazolni tanulmányunkban.

A konzervkészítés, azaz tartósítási (konzerválási) módszerek megtalálása, elterjedése több száz sőt több ezer évre nyúlnak vissza. Maga a latin „konzervare” szó megőrzést jelent. A füstölést, az aszalást, a szárítást, a sózást, savanyítást, hűtést, mint tartósítási lehetőséget – feltehetően – véletlen események bekövetkezésének köszönhetően rájöttek, hogy ez hatékony megismételhető módszer. Javítottak – többszöri alkalmazás során – a hatékonyságán, az eljárások biztonságát megeremítették, megállapították az ún. előállítási technológia alapvető lépéseit és raktározás, szállítás feltételeit, tehát ezek a legősibb emberi tevékenységek közé tartoznak. Pl. bizonyíték van arra, hogy az óegyiptomiak is használták a tartósítási eljárásokat. Az évszázadok során az előállítás technikai lehetőségei javultak, sőt a 19–20. században elkezdődött a folyamatok gépesítése, sőt automatizálása is. A konzerv előállítása a szállítási módszerek nagyfokú elterjedését jelentősen elősegítették,

^{*} Főiskolai docens – SZTE Mémnöki Kar Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet.

meg is kívánták az egyes népcsoportok közötti állandó villongások, háborúk, illetve a nagy távolságra történő – mostoha körülmények közötti – utazások, árucserék igénye. Nyilvánvalóvá vált, hogy óriási jelentősége van annak, hogy a harcoló, vándorló, utazó nagyszámú embertömeg jó minőségű, magas tápértékű vitaminokat és ásványi anyagokat (megfelelő mértékben) tartalmazó táplálékhoz jusson utazás haladás közben is. Az ilyen ún. konzervek (szárítmányok, savanyított zöldségek, gyümölcsök, füstölt, szárított húsok) hosszú ideig megőrizték az eredeti állapotukhoz közelítő élvezeti értékét, illetve gyorsan (általában víz hozzáadásával), főzéssel élvezhető formában voltak hozhatók. A sikeres háborús akciókhoz, területfoglalások megvalósításához, hosszú utazások lebonyolításához ezek a tartósítási módszerek alkalmazása nélkülözhetetlenné vált.

Természetesen a hétköznapi életben is használták ezeket a tartósítási módszereket, hiszen különösen a mérsékelt és a hideg égtájakon lakók, csak az év bizonyos szakaszaiban jutottak hozzá friss zöldség és gyümölcsféleségekhez. Így a házi tartósítási eljárás a befőtt-, paradicsomlé-készítés, dzsemfőzés, káposztasavanyítás stb. általánosan ismertek és használatosak voltak.

Az is meghatározott szerepet játszott egyes speciális tartósítási módszerek (technológia) elterjedésében, alkalmazásában, hogy lehetőséget kínál akár több évig való termés, termék eltartatására az eredeti élvezeti érték alig észrevehető, illetve alacsony mértékű csökkenése mellett. Így a gyakran ismétlődő termés eredmény változás, csökkenés vagy növekedés áthidalására jó megoldást jelentett. Az is fontos volt, hogy a tartósítás sok terméknél töményesedést eredményezett, hiszen pl. 1 kg szárítmány 10–16 kg friss zöldségből, 1 kg paradicsomsűrítmány 6–7 kg friss paradicsomból állítható elő.

A módszerek széles körű elterjedését a központi irányító hatalom (kormányzat) is támogatta, sőt utasításokkal, rendeletekkel törvényekkel elő is írta, mert elősegítette az egyes népcsoportok, később államok, államalakulatok) sikeres gyarapodását, területi viták eldöntését, a hadsereg, rendfenntartó szervek, az emberek élelmezésének folyamatos biztosítását, és ezzel a nyugalom, a biztonság fenntartását.

A konzervipar kialakulása

A kezdeti egyéni családi, kiscsoportos tartósítási alkalmazások lassan kezdtek „tömbösödni”, specializálódni. Kialakultak olyan kis, majd egyre nagyobb manufaktúrák, ahol a résztvevők kizárólag csak konzerválási, késztermék raktározási, szállítási feladatokat végeztek tapasztalt, képzett, specializálódott mesterek irányítása mellett.

Ezek a manufaktúrák az év egy részében (az idényben) vagy egészében működtek. A feldolgozó idényen kívül a feldolgozási folyamatok általában teljesen megálltak, vagy nagyon lecsökkentek, a dolgozók egy részét ekkor már nem tudták alkalmazni, hanem csak a raktározás, felhasználóhoz való kiszállítás, eladás jelentett feladatokat.

A manufaktúrákban – ahol kizárólag kézzel végeztek minden tartósítási műveletet, egyre több munkát – rájöttek, hogy sok tartósítási technológiai részmunkát lehet megkönnyíteni, és gyártani apróbb, nagyobb ésszerűsítés módszerrel, egyszerű majd egyre bonyolultabb gépi működtetésű módszer bevezetésével. Először a „gépeket” természetesen kézi, vagy állati, esetleg szélérő, vagy vízi erő alkalmazásával működtettek, de a 18. és főleg a 19. században megjelenő gőzgépek transzmissiója (szíjhajtás) is egyre inkább tért hódítottak, bevezetésre kerültek.

A legsikeresebb, legiparosodottabb országokban, a legjobban működő manufaktúrákból konzervgyárak váltak, amelyek komoly volumeneket, egyenletes minőségben voltak képesek előállítani. Ezen gyárak jól megszervezték az állandó nyersanyag beszállító partner-

kapcsolatukat, és fix kereskedelmi elosztó, árusítóhálózatokkal rendelkeztek, vagy ilyen kereskedőnek (nagy- és kiskereskedőnek) adták át a megtermelt késztermékeket. A konzervgyárak megszervezték az állami nagy volumenű megrendeléseket, állandó szállítójukká váltak egy-egy állam hadseregének (királyi beszállítók), rendfenntartó erőknél, egészségügyi hálózatoknak. Megoldották az állam biztonságos működéséhez, vagy expanziójához szükséges állami készletek szinten tartását.

A kialakuló konzervgyárak többsége specializálódott egy-egy helyi tájegység nagy volumenű terményeinek feldolgozására (pl. paradicsomlé, dzsem, ivólé, befőtt, uborka, káposzta konzerv stb.) Kialakultak a gyümölcs-, a zöldség-, hús- és az ételkonzerv feldolgozására szakosodott kisebb-nagyobb gyárak. Főleg ott, ahol egy-egy területen egyszerre jelent meg a piacon feldolgozásra. Konzerválásra alkalmas, nagy volumenű, kedvező árú gyümölcs-, zöldség- vagy húsalapanyag is. Itt olyan gyár is kialakult ahol az idényben főleg zöldség- és gyümölcsfeldolgozást, a késő ősztől, a késő tavaszig tartó mintegy fél éves időszakban hús- és ételkonzerv-feldolgozást végeztek. Meg kell említeni, hogy a gyárak kialakulásában, megerősödésében, elterjedésében nagy szerepe volt az ún. hőkezelés (pasztörizálás és sterilizálás) gépi technológia nagyüzemi kikísérletezésének. A nagy biztonsággal lezárható üveg és ónozott acélelemből készülő (az 1 mm falvastagságot alig elérő) konzervdobozok feltalálódnak és elterjednek. A fémdobozok konzervedényként való használatára, amelyet forrasztással zártak le, majd utána hőkezelték 1810-ben szabadalmat adott egy angol, de már 1796-ban egy francia szakács, légmentesen lezárt üvegedényben, hőkezeléssel tartósított, különböző gyümölcs-, zöldség- és húsféléket.

A 100 °C feletti hőkezeléses módszer azonban csak 1870 után kezdett elterjedni az élenjáró országokban (Franciaország, Anglia, Németország), amikor a mai autoklávok ősték kezdtek alkalmazni. Lassan már a konzervek eltarthatósági ideje zöldség- és gyümölcskonzerveknél elérte a 2, hús- és készétel-konzerveknél a 3 évet. A konzervgyárak folyamatos működtetése azonban akkor is (ma is) óriási tőkét igényelt, mert az egy-egy gyümölcs, illetve zöldség feldolgozási idénye alig 1–2 hónap (amelynek minél nagyobb hasznát csak egymás után lévő fajtákkal lehet nagy nehezen biztosítani), és ekkor kell legyártani az egész évben eladható termékmennyiséget. Tehát a termékért kapható árat a gyár főleg késő ősztől késő tavaszig, azaz 6 hónapon keresztül kapja meg, ugyanakkor az előállítási, raktározási munkáért stb. költségek szinte egyszerre 3–4 hónapban jelentkeznek.

Így a befektetett tőke haszna, nyeresége elég bizonytalan. Ezt nevezzük idényhatásnak. Ez a probléma mai napig jelen van, a kizárólag gyümölcs- és zöldségfeldolgozást végző konzerv-előállító cégeknél. (Kevésbé vagy egyáltalán nem jellemző ez az étel- és húskonzervgyártó konzervgyárakra.)

Érdemes és fontos beszélni még a tartósítással (konzerválással) foglalkozók egyik fő igényére a nagy mennyiségű ivóvíz minőségű vízigényre, a keletkező szennyvizekre, és a nagy energiafelhasználásra. Ugyanis a gyárba beszállított zöldség- és gyümölcsöket tökéletesnek le kell mosni. A víz a technológiai folyamatokban mint szállító közeg, felöntőlé, sterilizálási, pasztörizálási közeg, hűtőközeg szerepel. Mivel a víz a termékkel közvetlenül érintkezik, a termékbe kerül, illetve kerülhet, ezért ivóvíz-minőségűnek kell lennie (ilyen paraméterekkel kell rendelkeznie). A keletkező elhasznált víz szennyvízzé válik és az előtisztító műveletek után a csatornába kerül.

Ezért a konzervipar csak ott alakulhatott ki, ahol helyben rendelkezésre állt megfelelő mennyiségű és minőségű ivóvíz és a tisztított szennyvizet befogadó patak, folyó-, élővíz. A hőkezeléses technológia elterjedésével a konzerv-feldolgozás egyes szakaszai nagyon komoly gőzfelhasználást tesznek szükségessé. Ugyanakkor a gőzellátásnak is komoly vízigénye van. (Korábban fával és szénrel fűtötték a kazánokat, majd az 1950-es évektől áttértek az olaj- és a gázfűtőanyag használatára.) De a nagy villamosenergia-felhasználás is, hiszen

a daraboló, szeletelő, passzírozó gépek, a különböző szivattyúk, prések stb. villanymotorjai sok száz Kw óra energiát használnak fel. Megállapítható, hogy egy-egy konzervgyár víz- és elektromosenergia-felhasználása, szennyvíz-kibocsátása megegyezik egy kisebb város energiafelhasználásával. Emiatt csak azok a gyárak tudnak megmaradni, fejlődni, ahol ezek az alapvető energiaféleségek (ivóvíz, elektromos energia, gáz stb.) megfelelő minőségben és mennyiségben rendelkezésre álltak.

A másik fontos feltétel a megfelelő képzettségű, betanítható munkaerő helyi megléte.

A konzervgyártás nagy létszámú szakmunkást, betanított munkást és időnymunkást (májustól októberig) igényel. Sok a kézi munkaművelet, nagy a gépek igénybevétele miatt a karbantartás igénye. A folyamatos három műszakos üzemet nem mindenki volt képes és tudta vállalni főleg a nyári időben. Ezek a munkák nagy koncentrációt (folyamatos odafigyelést) egyes munkafolyamatok nagy fizikai igénybevételt jelentettek a vizes, párás, meleg környezetben végezve. A folyamatos üzem biztosítása a karbantartók részéről állandó jelenlétet, nagy szakmai gyakorlatot, hozzáértést igényelt a mostoha, nehéz körülmények között. Az időnyen kívüli karbantartásokat (az időnyre való felkészülést) úgy kellett elvégezni, illetve a termeléssel összehangolni, hogy a sokszor csak 1–2 hónapos időnyt a gépsorok hiba nélkül tudják teljesíteni.

A képzett és gyakorlott munkaerő biztosítása a konzervgyárak részére időnyen kívül és különösen időnyben állandóan nagy problémát, kihívást jelentett.

Összefoglalva: A mai értelemben konzervgyárból, illetve konzerviparból alig 100 éve beszélhetünk, mert a gyorsan megvalósuló iparosítás, az önellátó családi gazdaságok számának csökkenése, az egyre gyorsuló urbanizáció és motorizáció, a nők növekvő foglalkoztatása fokozta a fogyasztásra kész, könnyen és gyorsan elkészíthető, tálalható (az év bármely szakában) konzervek iránti igényeket. A háborús időszakokban ez az igény pedig különösen megnövekedett. Emiatt egy-egy ország ipari fejlettsége és konzervfogyasztásának (konzerv-előállításának) nagysága és technikai színvonala, egymással szoros arányban, összefüggésben van.

(Pl.. Magyarországon 1938-ban a konzervgyártás 0,8 kg/fő/év, Nagy-Britanniában 13 kg, az USA-ban 31 kg volt, míg 1958-ban tehát 20 évre rá: Magyarországon 2,8 kg/fő/év, Nagy-Britanniában 24 kg, az USA-ban 44 kg-ra nőtt.

Irodalomjegyzék

A magyar élelmiszeripar története, MK 1986.

Kardos-Gyömös-Szemesné (1983): Konzervipari zsebkönyv, MK Bp.

Zacher: „Konzervipari emlékek, tapasztalatok” Konzervipar 1989/1. és 2. szám.

Zacher: „Adalékok a konzervipar történetéhez” Konzervipar 1989/3. szám.

RÉGIÓ ÉS MARKETING (TELEPÜLÉSMARKETING)

HETESI ERZSÉBET*
A válság marketingje – marketing válsága?
A 21. század marketingkihívásai – lesznek-e válaszok?

Absztrakt

A tanulmány arra keresi a választ, hogy abban az új világgazdasági helyzetben, amelyet a globális kihívások és a válság okoztak, milyen szerepe lehet a marketingnek. Röviden áttekinti a marketing krízishelyzetekből való kilábalásának szakaszait, és felveti azokat a dilemmákat, amelyek a jövő marketingje számára egyelőre megválaszolhatatlanok. A tanulmány nem ad recepteket a kihívásokra, csak körvonalazza azokat a lehetőségeket, amelyek kiutat jelenthetnek a jövőben a marketing számára. A lehetséges kiutakat csak a klímaváltozás és a válság esetében elemzi.

Bevezetés

A marketing – kialakulása óta – többször került súlyos válságba. Az elmúlt néhány évtizedben számos drámai fordulatnak lehettünk tanúi – és akkor még nem is szóltunk a 20. század nagy váltásairól. Ezeket a válságos időszakokat a marketing mindig túlélte, mindig voltak jó, vagy kevésbé jó válaszai a kihívásokra, és azt mondhatjuk, hogy a marketing diszciplína nem veszített, hanem inkább nyert a megpróbáltatásokból. A marketing mára igazi tudománnyá vált, megalapozott paradigmákkal bír, professzionalizálódott, és önálló módszertana is van. Az elmúlt évek azonban olyan változásokat hoztak, amelyekre már nehéz lesz gyökeres paradigmaváltás nélkül gyümölcsöző válaszokat adni. A marketing többszörös szorításba került: a gazdasági növekedés ökológiai és társadalmi korlátjai miatt választ kell adni a fenntartható fejlődésre, a válság pedig arra is figyelmeztet, hogy a hagyományos, fogyasztásra ösztönző marketing stratégiák és eszközök megújulást kívánnak.

A tanulmány első részében röviden áttekintjük a marketing válaszait a krízishelyzetekben, majd megpróbáljuk felvázolni azokat a lehetőségeket, amelyekkel a jelenlegi többszörös szorításból a marketing úgy tud kikerülni, hogy megőrzi pozícióját, és nem leírt vesztésként, hanem a kihívásokra adott kreatív válaszok következtében győztesként kerülhet ki.

1. Kihívások és válaszok

A marketing a századelőn a „semmitől” lett tudomány. Az AMA 1936-os megalakulását követően mintegy berobbant az üzleti tudományok közé, és soha nem látott fejlődést mutatott. A 20. században sok-sok változást megélt, de mára mégis egy elfogadott és a gyakorlatban is jól kamatoztatható alkalmazott tudománnyá vált.

A marketing válságait a 20. század első kétharmadában a szakirodalom mélyrehatóan elemzi. Az értékesítési szemlélettől a fogyasztó- és versenyorientált szemléleten át a testre szabott marketingig alapos elemzéseket találunk a változásokra vonatkozóan (Gillmore-Pine 1997, Duray et al. 2000).

Az utóbbi három évtized azonban olyan mélyreható változásokat hozott a gazdasági

* Egyetemi docens – SZTE GTK Üzleti tudományok Intézete.

életben, amelyek nem kerültek el a marketing tevékenységet meghatározó területeket sem. Felmerül a kérdés, hogy vajon a marketing ezeknek a változásoknak az elszenvedője, vagy éppen generálója?

Mérőföldkövek az elmúlt évtizedekben

A *szolgáltatásmarketing megjelenése* élénk vitákat váltott ki a marketing szakemberek körében. A termékek többsége egyszerre szolgáltatás és tárgyasult termék, és ma már egyre nehezebb tisztán tárgyi, illetve tisztán szolgáltatás jellegű terméket találni. Az 1970-es évek elején egyre több figyelmet kapott a szolgáltatásmarketing, mint a marketing egy önálló területe (Grönroos 1994, Pels et al. 2000), és egyre több vitát váltott ki az a kérdés, hogy vajon van-e létjogosultsága a szolgáltatások elkülönült marketingjének. Találkozhatunk a két területet önállóan kezelő, illetve a két témakört integráló véleményekkel is.

Lovelock szerint „A marketingmenedzsment feladatai két vetületben különböznek a termelőszférától. Az egyik a *fizikai javak és a szolgáltatások közötti lényegi különbségből* származik, a másik pedig abból, hogy a marketingtervezés és végrehajtás... *környezete más* (Lovelock 1981). Mások azon a véleményen vannak, hogy „A fizikai és nem fizikai elemek minden termékben jelen vannak. Nem fizikai javakat vagy szolgáltatásokat értékesítünk..., (hanem) az *előnyök egy olyan kombinációját, amely... fizikai és nem fizikai elemeket is tartalmaz.*” (Enis-Roening 1981). Engelhardt–Kleinaltenkamp–Reckenfelderbäumer (1993) szerint pedig „Az árucsera tárgyatól függően mindig a *klasszikus fizikai termékmarketing és a szolgáltatásmarketing keverékét alkalmazzuk.*” (in: Veres 2009. 26–32. o.).

Bár a szolgáltatások és tárgyasult termékek marketingjének eltérését vizsgáló szakirodalom nem egységes, mégis azt mondhatjuk, hogy a szolgáltatások marketingje önálló diszciplínává vált, és a tevékenységek kiterjesztésével új dimenziókat is megtalálhatunk a marketing eszköztárban. Ezt a konfliktust sikeresen oldotta meg a marketing szakma.

Az utóbbi évtizedekben erőteljesebben jelent meg a *fogyasztói és szervezeti piacok elkülönülése*. A marketinggel foglalkozók számára ma már közhelynek is tűnik a kijelentés, hogy a fogyasztói piac és a szervezeti piac alapvetően eltér egymástól (Töröcsik 1996, Ford 2003, Kotler–Keller 2006). A két piac különbözőségei mindazonáltal lényegesen eltérő marketing gyakorlat kialakulását eredményezték. Míg a fogyasztási cikkek piacán az uralkodó megközelítés a tömegmarketing és a célpiaci marketing, addig a szervezetek piacán a vevők egyéni megkülönböztetése, a közvetlen marketing a leggyakrabban alkalmazott stratégia (Kotler 1992). Persze a marketing tevékenységek területén kizárólagosságról nem beszélhetünk, azt azonban a kutatások igazolják, hogy más az egyes megközelítések alkalmazásának gyakorisága a két terület esetén (Coviello et al. 2002) (in: Révész 2009). Létrejött a B2B marketinggel foglalkozók közössége (IMP) és számos könyv, cikk jelent meg ebben a témában.

Nagyon jelentős hatással volt a marketingre a *technológia fejlődése is*. A kutatási eredmények (az alap kutatások is persze, de sokkal inkább az alkalmazott kutatási eredmények) nagy hatást gyakorolnak a gazdasági életre, hiszen az újabb és újabb technológiák hatékonyabb megoldásokat kínálnak a gazdaság szereplőinek, aminek következtében javulhat a termelékenység. Napjainkban a menedzsment tudományok, s ezen belül a marketing területét leginkább átformáló fejlődés az információs technológia terén figyelhető meg (Lindgreen et al. 2000, Pels et al. 2000, Sisodia–Wolfe 2000, Pels et al. 2004). Az egyre hatékonyabb, egyre inkább felhasználóbarát adatbázis és információmenedzsment (Holland–Naudé 2004), valamint a modern kommunikációs megoldások segítségével a marketing több részterülete vált hatékonyabbá, s a fejlődés még nem állt meg. A vállalatok ma már könnyedén megismerhetik a vevők megrendelési, vásárlási szokásait, preferenciáit, és

persze az egyes ügyfelek kiszolgálásából származó profit mértékét is, hogy aztán ezen információk birtokában tökéletesítsék kínálatukat, ajánlatokat fogalmazzanak meg ügyfeleik problémáinak megoldására, vagy éppen hatékonyabban juttassák el a vevők által igényelt terméket a rendeltetési helyére. Az információs technológia nélkülözhetetlen szerepet játszik a személyre-, ügyfélre szabott termékek, megoldások előállításában is, ezért egyre több szerző amellel érvel, hogy a marketing gyakorlatának megváltozásában elengedhetetlen szerepet töltött be az infokommunikációs technológia fejlődése (Grönroos 1996, Achrol–Kotler 1999, Lindgreen et al. 2000, Berry 2002) (in: Révész 2009).

A marketing számára kihívást jelentett az is, hogy egyre nagyobb lett a *nem profitorientált szféra súlya*, és meg kellett válaszolni azt is, hogy létezik-e nonbusiness szektor, vagy a nem profitorientált tevékenységek kizárólag a nonprofit szervezetekre vonatkoznak. A nonbusiness szektor elhatárolása meglehetősen bonyolult, sok az átfedés más szektorokkal, mégis, ha pontosítani akarjuk e szféra szervezeteit, akkor azt mondhatjuk, hogy ez a szektor „a gazdasági élet azon szervezeteit tömöríti, amelyeknek főtevékenységét a kollektív igényeket kielégítő és/vagy közhasznú szolgáltatások képezik.. és ide sorolhatók a költségvetési, a közüzemi és a nonprofit szektor szervezetei.” (Dinya et al. 2004. 30. o.).

A nonbusiness szféra meglehetősen heterogén, és bár céljai alapvetően nem üzleti jellegűek, ahhoz, hogy fenn tudjanak maradni, és küldetésüket meg tudják valósítani, bevétel kell termelniük. Fennállásuk és hasznuk nem feltétlenül attól a nyereségtől függ, amit termelnek, de valahol mégis szükségük van a piacorientált szemléletre, és így a marketing a nonbusiness szervezetek számára is egyre nagyobb jelentőséggel bír, hiszen az élesedő versenyben nekik is pénzt kell termelniük. Még az államilag támogatott szervezeteknek is bizonyítaniuk kell, hogy munkájuk miért hasznos a társadalom számára, és meg kell felelniük a vevői elvárásoknak. A fentiek alapján nyilvánvaló, hogy a különböző nonbusiness szervezetek gyakorlatában a marketingorientáció és a marketingmódszerek alkalmazhatósága eltérő. Ezzel kapcsolatban számos megválaszolatlan kérdéssel találkozhatunk:

- a „nonbusiness” szektor sajátosságai mennyiben módosítják, korlátozzák a „business” szektorban alkalmazott módszerek használhatóságát, adaptálási lehetőségeit?
- a „nonbusiness” szektor sajátosságai indokolják-e speciálisan erre a szektorra érvényes marketing/menedzsment módszerek kidolgozását?
- a „nonbusiness” szektor hazai fejlődésével lépést tart-e a szektor szereplőinek eredményes tevékenységéhez szükséges marketing/menedzsment módszerek kidolgozása, adaptálása, alkalmazása? (Dinya et al. 2004)

Ebben a kérdésben még a mai napig nem született egyetértés a szakmában, de számtalan külföldi és hazai tanulmány elemzi e szféra jellegzetes marketing specialitásait (Andreasen–Kotler 2006, Dinya et al. 2004, Pavluska 1999).

Új jelenség volt a nyolcvanas évektől a fogyasztók igényeinek növekedése, és sokkal inkább a *fogyasztás megváltozott funkciója*. A marketingeseknek azzal kellett szembenéznük, hogy az általuk központi kategóriaként kezelt fogyasztást már nem csak a szociológusok, de a pszichológusok is kutatják, és egészen új megközelítésekbe került a fogyasztás funkciója. A fogyasztó emberek azok, akik mind ez ideig többségükben úgy szocializálódtak, hogy az egyéni siker, a boldogság az anyagi javak birtoklásával, vásárlással, a fogyasztás növelésével érhető el és demonstrálható. A fogyasztásszociológiai tanulmányok széleskörűen foglalkoznak a fogyasztás megváltozott funkciójával. A legtöbb megközelítés szerint a modern társadalomban a fogyasztás társadalomszervező erővé lett, és a munkamegosztásban elfoglalt hely, a réteghez való tartozás fogyasztást determináló ereje megváltozott: ma sokkal inkább a fogyasztással demonstráljuk a hovatartozást, azaz a fogyasztás státuszt erősít, szociális identitást konstruál. A megkülönböztetés eszközeit Corrigan úgy közelíti meg, hogy a társadalmi pozíciók tere, és az életstílusok tere is egy térkép, és mi

annak megfelelően helyezzük el az embereket a társadalmi- és életstílus térképeken, hogy miben különböznek egymástól. Minden egyes fogyasztási aktus reprodukálja a társadalmi különbségeket, de a kérdés az, hogy „miért van, hogy bizonyos termékek fogyasztása jelzésértékűnek tekinthető a társadalmi megkülönböztetésben, míg más termékek fogyasztása nélkülözi a megkülönböztető jelleget?” (Corrigan 1997. 28. o.).

Az empirikus kutatásokban élen járnak George Ritzer vizsgálatai a gyorskiszolgáló életermek sajátosságairól (a társadalom nálunk is gyakran emlegetett „mcdonaldizációjáról”), a kreditkártyák használatának következményeiről és a fogyasztás új „jelentéseiről” (Ritzer 1995, 1996, 1999, 2003), de más szerzők munkáival is találkozhatunk a fenti témákban. A fogyasztói hitelekéről, mint az „amerikai álmok finanszírozásáról” ír Lendol Calder (Calder 1999), és figyelemre méltó Juliet Schor munkája is, aki a szabadidő nem várt csökkenését és a túlköltekező Amerikát „Upscilling, Downshifting and the New Consumer” tanulmányában elemzi (Schor 1998).

A fenti kihívásokat még kezelte a marketing szakma, a 21. század első évtizedének második felében azonban mintha kumulálódna a problémák. A gondok és kérdések komplexek, és olyan válaszokat igényelnek, amelyek alapjaiban kérdőjelezik meg a marketing korábbi gyakorlatát. A kihívások egyelőre dilemmákat vetnek fel, de ha a marketing szakma talpon akar maradni, akkor bizony ezekre a dilemmákra nagyon sürgősen megoldásokat kell találni.

2. Vannak-e válaszok? Dilemmák a marketingben

A következőkben csak két olyan kritikus kérdésre keressük a választ, amelyek a marketinget új utak elé állítják, és amelyek megítélésünk szerint a közeljövőben paradigmaváltásokat eredményezhetnek a marketing szemléletben. A gazdasági és társadalmi változások több kérdést vetnek fel, de a tanulmány keretei arra adnak lehetőséget, hogy két kérdéskört elemezzünk: egyrészt a klímaváltozás hatását, másrészt a gazdasági, társadalmi válság hatását a marketingre.

2.1. A klímaváltozás, a globális felmelegedés hatása a marketingre

Az elmúlt mintegy 4 évtizedben számos tanulmány foglalkozott azokkal a káros jelenségekkel, amelyek a világot, ahol élünk veszélyeztetik. Úgy tűnik azonban, hogy a marketing szakmát csak részben érintették meg ezek a kiáltványok, és igazi paradigmaváltásra nem került sor.

Tanulmányunk e részében ismertetjük azokat a mindennapi életünket és a föld jövőjét veszélyeztető folyamatokat, amelyek marketing szempontból fontosak lehetnek (a klímaváltozás következményeit, a fogyasztói társadalom veszélyeit), és érintjük a fenntartható és a felelős fogyasztás kérdéseit. A pesszimista prognózisok elsősorban a földünket fenyegető ökológiai veszélyekre hívták fel a figyelmet, de látens módon a mára kialakult pénzügyi-gazdasági-társadalmi válságot is megjósolták.

Stern (2007) a klímaváltozás gazdasági hatásaira, illetve a szükséges intézkedésekre hívja fel a figyelmet. Megállapítja, hogy az éghajlatváltozás következtében jelentősen módosulni fognak az alapvető életfeltételek, mint a víz, az élelmiszerek rendelkezésre állása, de befolyásolni fogja életünket az új betegségek feltűnése is. Egyszerre lesznek tapasztalhatók szárazságok a világ egyes részein, míg más területeket pedig elfed a megemelkedő óceán. A jelentésből az is kiderül, hogy ezek a károk a háborúk és válságok okozta károkkal szemben visszafordíthatatlanok lesznek, így nem lesz lehetőség az utólagos intézkedések meghozatalára.

Turek (2005) szerint a fenntarthatóság és a fenntartható fejlődés kérdéskörét az 1970-es évektől kezdték mélyrehatóbban vizsgálni. A dokumentumban említést tesz többek között a Római Klub által publikált, Meadows és szerzőtársai (1972) nevéhez köthető „A növekedés határai” című jelentésről. Akkoriban meglehetősen pesszimistán látták a jövőt, a mai tapasztalataink alapján rövidebb ideig tartották folytathatónak az akkoriban jellemző életmódot. 1972-ben került megrendezésre a Conference on Human Environment összejövetel, melyen a résztvevő fejlődő és fejlett országok megtárgyalták az ember környezete épségének fontosságát. A Konferencia eredménye az ENSZ Környezetvédelmi Programjának megalapítása lett. A fenntarthatóság, mint politikai célkitűzés az Egyesült Nemzetek Környezet és Fejlődés Világbizottsága által készített jelentésben fogalmazódott meg, melynek vezetője az akkori norvég miniszterelnök, Gro Harlem Brundtland volt. A Brundtland Bizottság jelentése alapozta meg a Rioi Konferenciát, amelynek célja a fejlődés és a környezetvédelem összhangjának megteremtéséhez szükséges intézkedések megállapítása volt. A Riói Konferencia (Earth Summit) eredményeként született meg az Egyesült Nemzetek Klímaváltozási Keretmegállapodása, melyet a gyakorlatban csak 1997. december 11-én fogadtak el Kiotóban, így az egyezmény közismertebb nevét is erről a városról kapta. Hatályba lépéséig azonban még kicsit több, mint hét évnek kellett eltelnie (2005. február Jelenleg 183 ország írta alá a megállapodást, azonban problémát jelent az, hogy az egyik legnagyobb környezetterheléssel rendelkező ország, az Egyesült Államok távolmaradt attól a gazdasági érdekeire hivatkozva. Az Európai Unió azonban példamutató módon jár elől a környezet védelme terén.

Mi a fenntartható fogyasztás?

Ray C. Anderson, az Interface, Inc. alapítója és vezérigazgatója azt mondja: „Bűnösök vagyunk, mindannyian bűnösök vagyunk. El fog jönni az a nap, amikor a magunk fajták tetteikért börtönbe kerülnek” (Bakan 2004). Az általa képviselt szemlélet, melyet a Születés halála című könyv olvasása kapcsán mond el a The Corporation című filmben, tanulságos lehet minden vállalatvezető számára. A fenntarthatóság keresése szerinte tehát nem érdem, hanem kötelesség, melynek hiánya ma még nem bűncselekmény, a jövőben viszont azzá válhat. Milyen tartalom húzódik meg e sokat használt fogalmak mögött?

A fenntartható fogyasztás egy sor társadalmi, gazdasági és politikai gyakorlatot ölel fel, melyek egyéni, családi, közösségi, üzleti és kormányzati szinten támogatják és erősítik a következőket:

1. A termelés környezetre gyakorolt hatásának csökkentése;
2. Az alapvető javak, mint az élelmiszerek, víz, egészségügy, oktatás és lakóhely elérhetőségének biztosítása;
3. A nők és gyermekek egészségét pozitívan befolyásoló termékek fogyasztása;
4. Energiahatékony berendezések, közlekedési eszközök (különösen tömegközlekedés) és egyéb kereslet-oldali tényezők kifejlesztése;
5. A globális környezeti korlátokat széles körben figyelembe vevő termékek és termelési eljárások kialakítása;
6. A társadalmi összetartozást, a helyi hagyományokat és a nem anyagi értékeket jobban megbecsülő életstílus (Fien, J. http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/esd/documents/workshops/kanchanburi/fien_tlsf.pdf Robins – Roberts 1998).

A fenntartható fejlődés, a klímaváltozás okozta új körülmények olyan válaszokat várnak a marketing tevékenység területén is, amelyek paradigmaváltást sürgetnek.

2.2. A válság hatása a marketingre

Az elmúlt egy év hírei a válságról szóltak: először csak pénzügyi válságról, aztán gazdasági válságról, és úgy tűnik ma már egyre inkább társadalmi válságról van szó. Smelser a stagnálás hatásairól írt tanulmányában részletesen ismerteti a gazdasági stagnálás politikai, kulturális és társadalmi hatásait (Smelser 1994). Megváltozik az értékrend, átrendeződik a szükségleti hierarchia, átalakul a fogyasztás struktúrája. Csökken az elosztható „torta” mérete, és megindul a harc a nagyobb szeletekért. Mindezek a változások nem hagyhatják érintetlenül a marketinget sem, ezekre a strukturális átrendeződésekre és ezen belül a fogyasztói attitűdváltozásokra szükséges lesz alkalmazkodással reagálni. A nemzetközi kutatások szerint a fogyasztók eltérő válaszokat adnak jövedelemcsökkenés esetén. Vannak, akik azonnal csökkentik fogyasztásukat. Mások nem tervezik fogyasztásuk csökkentését. Egy következő csoport később fogja fogyasztását visszafogni. Amire a kutatások felhívják a figyelmet, hogy a csoportok már nem határozhatók meg a hagyományos demográfiai szempontok szerint.

Megváltozik a szervezetek magatartása is: a csökkenő kereslet következtében csökken a jövedelmezőség, és nagyobb szerepet kap az árharc. A vállalatok költségcsökkentési kényszerei a termelés, a szolgáltatásnyújtás, az ár-és disztribúciós politika, valamint a promóciós tevékenység területén is megjelennek. Nem csak a megváltozott fogyasztói piaci körülményekhez, hanem a megváltozott szervezeti magatartáshoz is alkalmazkodnia kell a marketingnek. Ez a szervezetközi kapcsolatokat is érinti, így más megvilágításba kerülhet a kapcsolati lojalitás kérdése is, hiszen az árérzékenység nagyobb erővel jelentkezik. És a sort folytathatnánk. A tanulmány keretei nem teszik lehetővé, hogy a válság valamennyi marketingkövetkezményét felvillantsuk, de talán a fentiekből is látható, hogy a kihívások komplexek, és időben egyszerre jelentkeznek.

3. Milyen válaszokat adhat a marketing a kettős szorításban?

A következőkben felvillantjuk azokat a lehetséges kiutakat, amelyek a marketing paradigmaváltásában szerepet játszhatnak, amelyek opcionális válaszok lehetnek a klímaváltozás és a globális válság kihívásaira. Ezek a felvetések a hektikus környezeti tényezők miatt semmiképpen nem tekinthetők használható javaslatoknak, csak egyszerű elmékedések a kiutat illetően.

3.1. Piacszegmentáció, versenyanalízis, stratégiák

A válság legfontosabb üzenete az, hogy a piacszegmentálási ismérvek valószínűleg alapjaiban megváltoznak. Az értékrendek, az attitűdök, a használati szokások változása a jövőben sokkal fontosabb lesz, mint a demográfiai tényezők, sőt, a pszichológiai aspektusok előtérbe kerülése is várható. A válságnak nem csak a ténye, hanem a válságjelenségek kommunikálása is sokkolja a fogyasztókat, ami olyan változásokat okozhat a fogyasztói magatartásban, amelyek a marketing számára kiszámíthatatlanok. Éppen ezért újra kell gondolni a teljes szegmentációs politikát, és olyan új dimenziókat célszerű beemlíteni az ismérvek közé, amelyek mintegy „feltérképezik” a fogyasztók megváltozott szerepkörét. Egy 2009-ben végzett regionális empirikus vizsgálat eredményei azt jelezték, hogy a Dél-Alföldön a vagyoni státuszcsoportokat tekintve a megkérdezettek közel kétharmada átlagos, vagy átlag alatti szinten helyezkedik el (Veres et al. 2009). Már most is vannak próbálkozások arra vonatkozóan, hogy milyen hatásai lehetnek a vásárlói magatartásra a válságnak:

1. táblázat. A vásárlói magatartás változása

A keresletcsökkenés kockázata				A vásárlói magatartás változása Magas Alacsony
	Alacsony		Magas	
	Alapvető, nélkülözhetetlen áruk	Megfontolandó termékek	Elhagyható termékek	
Napról napra élők	Olcsóbb termék/bolt keresése, váltás ker. márkákra, kisebb tételek vásárlása	Nem vagy csak szükség-helyzetben, vagy jelentős akció esetében vásárol	Egyáltalán nem vásárol ebben a kategóriában	
Fájdalmasan túlélők	Márkahűség csökken, váltás olcsóbb alternatívákra	Értékösszehasonlítás, vásárlás elhalasztása, akciók keresése	Nem vagy csak szükség-helyzetben, vagy jelentős akció esetében vásárol	
Kényelmesen túlélők	Folytatja a megszokott márkák vásárlását	Folytatja, de igényesebbé válik	Nem szünteti meg a vásárlást, igénye nő, a legkivívóbbaktól eltekint	

Forrás: Reketttye, 2009 HBR, April, 2009, Quelch and Jocz alapján

Úgy tűnik, hogy a hagyományos versenyanalízis analitikája is megújulást követel. A szervezetek viselkedése is más stagnálás esetén, megváltoznak az ágazati jellemzők, átalakulnak az ágazati magatartások. Ez arra figyelmeztet, hogy a B2B marketingnek is érdemes „válságmegoldásokat” keresnie: meg kell találnia azokat az eszközöket, amelyek az érzékenységi növekedése ellenére is fokozzák a lojalitást, sokkal nagyobb hangsúlyt kell fektetni az ágazati sajátosságok elemzésére, az ágazatok közötti átrendeződések következményeinek marketinghatásaira.

Célszerű újragondolni a különböző pozícióban lévő szervezeteknek a korábbi stratégiájukat: érdemes-e küzdeni kihívóként a piacvezető pozícióért, mennyit ér ez meg, illetve milyen veszteségek lehetnek, ha nem sikerül a harc? Egészen biztos, hogy a piac átrendeződése új piaci réseket nyit majd meg, és ezeket is célszerű felmérni. A klímaváltozás következményeire való reagálás lehet a jövőben a szervezetek egyfajta strukturáló tényezője, és ebben valószínűleg nagy szerepe lesz a CSR-nek. Már az elmúlt években is új elemekkel gazdagodtak a felelős vállalkozói magatartás irányába ható erők, amelyeket a vállalkozásoknak érdemes nyomon követniük. Ugyanis, ha továbbra is versenyképesek akarnak maradni, akkor ajánlatos alkalmazkodniuk a piac és az őket körülvevő társadalom új igényeihez, így például a vevők részéről megnyilvánuló, folyamatosan erősödő újfajta nyomáshoz.

3.2. A marketingkutatások módszereinek és irányultságának változási szükségessége

A megváltozott körülmények közötti eligazodás nem nélkülözheti a hiteles, naprakész, megbízható információkat. Éppen ezért a jövőben a marketingnek a korábbiaknál is nagyobb mértékben kell támaszkodnia a kutatási eredményekre, ami feltehetően felértékelí majd a piac, marketing- és közvéleménykutatás jelentőségét. A változások mind a fogyasztók, mind a szervezetek magatartását oly mértékben módosíthatják, amelyek megismerése nélkül nem születhetnek felelős döntések, és bár a költségcsökkentések általában a kutatási büdzsét érintik elsőként, ezt a vezetői attitűdöt a jelenlegi helyzetben el kell felejteni. A kutatási módszerek és azok irányultsága kapcsán át kell gondolni, hogy milyen változtatások szükségesek: úgy gondoljuk, hogy a kvantitatív – és főként online – kutatások „tiszavirágéletű” korszaka ebben a helyzetben nem előnyös információszerezési módszer. A globális kihívások és válság pszichológiai hatásai újra előtérbe helyezik majd a kvalitatív, minőségi információkat eredményező módszereket.

A kutatási területek, témák, problémák is megváltozhatnak: a fogyasztói piacokon inkább az attitűdök, magatartások vizsgálata kerülhet előtérbe, míg a B2B piacokon a lojalitás, bizalom, elkötelezettség kérdései válnak majd fontossá.

4. És akkor hogyan kezeljük a klasszikus 4P-ét, a „posztmodern” 7P-ét?

A fentiek után talán nem meglepő, ha úgy gondoljuk, hogy a „köbevésett” P-ék is paradigmaváltást követelnek az új helyzetben.

4.1. Hogyan tovább a termékpolitikával és az innovációval?

A jövőben a termék nem lehet az identitást konstruáló, társadalmi státuszt erősítő tényező, a terméknek vissza kell nyernie eredeti, szükségletkielégítő funkcióját. A fogyasztókat arra kell ösztönözni, hogy a fenntartható fejlődés érdekében ne a „pazarlás váljék illendővé, és az illendő szükségessé...” (McKendrick et al. 1982), hanem a fogyasztásunkban tudjunk mértéktartóak lenni. Erre a racionalításra kell a termékpolitikának felhívni a fogyasztók figyelmét, és ez mind az innovációban, mind a termékválaszték politikában gyökeres változásokat igényel. A portfóliót nem bővíteni, hanem racionálisan szűkíteni kellene, és ebben a szűkítésben iránytűként szolgálhatna egy olyan elv, amely szerint nem az a cél, hogy a szükségletet különleges módon elégítsük ki, hanem hogy valahogy kielégítsük. Megfontolandó az is, hogy az innováció ne legyen az értelmetlen differenciálás (pl. a használatot gátló öncélú formatervezések), hanem inkább törekedjen arra a termékfejlesztés, hogy a cél ne az identitást erősítő termékfunkciók innovációja legyen, hanem sokkal inkább az egyszerű, praktikus, kényelmes szükségletkielégítés. A termékpolitikában újra kellene gondolni a márkázás szerepét is. A márkatudat, a márkaközösségek üzenjék inkább a fenntarthatóságot, mint a kirívóságot, az értelmetlen megkülönböztetést váltsa fel a racionalitás, a pozicionálásban pedig a hivatkozást az egyszerűség (Miller 1987). Ami pedig az életciklus-elemzéseket illeti, ott az lenne a racionális, ha nem arra törekednének a szervezetek, hogy szeszélygörbékkel hirtelen meggazdagodjanak, hanem inkább arra, hogy stílusgörbékre törekedjenek és hosszabb távon is piacon tudjanak maradni termékeikkel, szolgáltatásaikkal.

A termékpolitikát nem csak a klímaváltozás és a válság, hanem a növekedés társadalmi korlátai is megújulásra kényszerítik a marketingben. Amikor Fred Hirsch (1976) a gazdasági növekedés társadalmi korlátjait elemezi, arra hívja fel a figyelmet, hogy a modern társadalmakban egyre több termék válik pozicionális termékkel, amelyek funkciója nem a szükséglet kielégítése, hanem a társadalmi státusz demonstrálása, és amely termékek másolásának időtartama egyre rövidebb, így demonstráló erejük is halványul. Egyre kevésbé tudunk már olyan termékeket előállítani, amelyek megkülönböztetnek másoktól, így inkább korlátozzuk a megkülönböztető termékek mennyiségét, és ez a növekedés társadalmi korlátjává válik (Hirsch 1976). További korlátként jelentkezik az a tény, hogy egyre több termék kommercializálódik, a kereskedelem tárgyává válnak olyan javak, mint a víz, a levegő, az interneten vásárolható gyermek. Mit tud tenni ez ellen a marketing?

4.2. Új alapokon az ármarketing?

Újra kell gondolni az árpolitikai marketing tevékenységet is. Az ár minőségüzenete, az áralkalmazások és az differenciálások gyakorlata is változtatásokat sürget. Az ár nem lehet a továbbiakban fogyasztót „ingerlő” tényező, az árak inkább a megtakarító szerepét kell hangsúlyozni. Különösen igaz ez a szolgáltatásokra, ahol az ár intranszparens tényező, és a

fogyasztó nem igazán tudja megítélni az árak realitását. Az önmegtartóztató magatartás az árpolitikában a szolgáltatások területén azért is indokolt, mert azok aránya a GDP-ben lassan eléri a négyötödöt a világ számos országában. Ugyanakkor az árcsökkentés nem biztos, hogy mindig jó stratégia, a jó márkáknál célravezetőbb lehet az értékcentrikus árpolitika. Az árversenybe így is a nagyobb tartalékokkal rendelkező szervezetek lehetnek sikeresek. Az ármarketingben az értéklánc felülvizsgálata és minden lehetséges árnövelő tényező kiiktatása is szükséges, de át kell gondolni az áralkalmazások tárát is. A promóciós, az engedményes és a megkülönböztető árak esetében nagyobb szerepet kaphat a megkülönböztető árak alkalmazása a szegmentációs ismérvek alapján.

4.3. Biztos, hogy hatékonyak a jelenlegi disztribúciós utak?

Az *elosztási csatornák* arzenálját szűkíteni kell, és meg kell találni a költségkímélő módszereket. Azok az új értékesítési módok, amelyek előnyöket ígérnek, de igazából energiaráfordításokat vesznek igénybe (pl. multilevel értékesítés, személyes találkozásokon ígéretek tömkelege) ki kell hogy kerüljenek az értékesítési csatornákból. Olyan disztribúciót kell támogatnia a marketingnek, ami a fogyasztó számára gazdaságos, és könnyen elérhető. Szükség lesz a supply chain korszerűsítésére, a csatornák szűkítésére, a fogyasztói mozgások fokozottabb követésére. A kiskereskedelem átrendeződése is várható, és valószínűleg megnő a kereskedelmi márkák térnyerése is az elosztásban (Rekettye 2009). Már most látható a fogyasztók mozgása az alacsonyabb árfekvésű kereskedelmi egységek felé, és ha a válság elhúzódik, akkor ez a tendencia tovább erősödhet.

4.4. A promóciós tevékenység átalakulása

A *promóciós tevékenység* a legérzékenyebb pontja a paradigmaváltásnak. A kérdés az, hogy a recesszió okozta bizalmatlan helyzetben miként változik a cégek kommunikációja, valamint, hogy a fogyasztói szokások változása milyen hatással van a marketingszakmára. Ha a gazdasági válság okait kellene elemezni, a különböző okok között biztosan megtalál-nánk a reklámkommunikációt, mint okolható tényezőt. A vásárlók befolyásolásában mindig is komoly szerephez jutott a reklám. Az üzenetek többsége mindeddig azt sugallta, hogy képesek lehetünk egy olyan életforma elérésére, amelyhez nyilvánvalóan csak a bankok támogatásával juthatunk el. A reklámok folyamatosan egy olyan világot vetítenek elénk, amely elérésére nem sokunknak van lehetősége. De vajon miként változik az üzenetek tartalma válságos időszakban? Sok forgatókönyv létezik arra az esetre, amikor recesszió hatására a cégnek át kell hangolnia, vagy akár teljes mértékben meg kell változtatnia a marketing stratégiáját a fennmaradás érdekében. Biztosan állítható, hogy ebben az időszakban a cégeknek még több figyelmet kell fordítaniuk a vásárlók változó igényeire és ehhez mérten kell átalakítaniuk marketing-kommunikációjukat. Manapság azok a márkák lehetnek sikeresek, amelyek érzelmi kapcsolatot tudnak kialakítani vevőikkel. Ezért nagyon fontos a kommunikáció szerepe és jellege, különösen akkor, amikor a vásárlói rétegek teljesen átrendeződnek a recesszió hatására (ifj. Rekettye 2009). A promócióban minden területen a marketing társadalmi felelősségét kell hangsúlyozni, és kerülni kell a fogyasztókat megtévesztő, manipuláló üzeneteket. A promócióban nagyobb hangsúlyt kell fektetni a PR tevékenységre, és feledni kell az olyan reklámokat, eladásösztönzési akciókat, amelyek megtévesztik a fogyasztókat, és irracionális döntésekre inspirálják őket. A CSR, a szponzorálás és az ügymarketing valószínűleg felértékelődnek a jövőben, így a kommunikációs mix arányai megváltoznak, és hangsúlyosabbá válik majd az integrált kommunikáció. Várható a reklámeszközök átrendeződése is, a hagyományos eszközök (tv,

rádió, kültéri) feltehetően visszaszorulnak, és nő a digitális és gerillamarketing szerepe (Reketttye 2009). A promóció tehát az egyik leginkább sérülékeny pontja a marketingnek, ahol minden valószínűség szerint a legnagyobb változások mennek majd végbe a klímaváltozás és a válság hatására.

4.5. Mi lesz a szolgáltatások 3P-jével?

Minden jel szerint a szolgáltatásmarketing is gyökereiben változik meg majd a jövőben. A kettős szorítás nem hagyja érintetlenül a frontvonal-menedzsment tevékenységeit, és változásokat sürget a folyamatok és a fizikai környezeti elemek stratégiáiban is. Biztosan kevesebb energiát kell majd fordítani a fizikai környezet elemeire, és a hangsúly eltolódik az emberi tényező és a folyamatok szabályozása felé. Nagyobb szerepet kaphat a jövőben a panaszok kezelése, az ügyfelek bevonása a folyamatokba, a kapcsolatiság erősítése, és különösen fontossá válhat a fogyasztói lojalitás növelése a bizalom, az elkötelezettség, a szervezeti értékekkel való azonosuláson keresztül. Itt találkozhat a hatékony marketing-kommunikáció, és a kapcsolati marketing. Olyan helyzetekben, amikor sokkal inkább a fogyasztó érzelmi kötődése a fontos, a kapcsolatok ápolása rendkívüli jelentőséggel bírhat.

5. A marketing kiterjesztése – a társadalmi marketing

A marketing már korábban is hajlandóságot mutatott arra, hogy a fenti kihívásokra választ adjon. Jó példa erre a marketing kiterjesztő felfogása, a társadalmi marketing erőteljes térnyerése. A marketingszemlélet kiterjesztése a nem üzleti szervezetekre is, ami Kotler és Levy (1969) cikkének alapgondolata, talán több volt, mint újszerű, szinte forradalminak számított az akkori közegben. A társadalmi marketing hívei a marketing helyének és szerepének újragondolása mellett törnek lándzsát. A klímaváltozás a globális problémák tovább erősítik azt a tényt, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kell helyezni a társadalmi marketingre. Sajnos a társadalmi marketing aránya a marketing gyakorlatában és a marketingelméletben a vállalati marketinghez képest ma még elenyésző. Ha a téma elméleti oldalát nézzük, akkor megállapíthatjuk, hogy ma még a társadalmi marketing fogalma sem egyértelmű az elméletben. Sokan, még az angolszász szakirodalomban is, összemoszák a társadalmi marketinget (social marketing) a társadalmi célú marketinggel (societal marketing) (Peattie & Peattie, 2003, McDermott et al., 2005, etc.) (in: Reketttye-ifj. Reketttye 2009).

Ebben az új helyzetben szükség lesz a társadalmi marketing definiálására és eszközrendszerének kidolgozására. Olyan paradigmaváltásról van szó, ahol a klasszikus marketingfelfogás helyett egy olyan típusú marketingre van igény, amely nem a fogyasztás értelmetlen ösztönzését, hanem a racionális, a fenntartható fejlődést segítő fogyasztási struktúrát preferálja. Bár a marketing fogyasztáscsökkentésre irányuló törekvése meglehetősen ellentmondásosnak tűnhet, a kihívásokra nem lehet más válasz, és ez teljesen új megközelítést igényel (Reketttye-ifj. Reketttye 2009).

Összegzés

Akkor mit is mondhatunk a jelenlegi helyzetben a marketing jövőjéről? Azt, hogy a marketing újra válságba került, és a válsággal, a globális kihívásokkal szemben csak akkor kerülhet ki győztes diszciplínaként, ha képes lesz gyökeres paradigmaváltásra, ha elfogadja azt, hogy a föld jövője és a válság vesztesei új paradigmákat követelnek. Azt mondhatjuk,

hogy át kell gondolnunk jó-e az, amit eddig csináltunk? Mit tett a marketing a fogyasztásra való ösztönzéssel a föld jövője érdekében, mit tett a marketing a fogyasztásra való ösztönzéssel a pénzügyi válság megakadályozásáért? Azt mondhatjuk, hogy a marketingben megújulásra van szükség, és azt is, hogy a korábbi gyakorlathoz való ragaszkodás, a rugalmatlanság a marketing vesztét jelentheti, és hogy kreativitásra, másfajta innovációs szemléletre, felelősségvállalásra, gyökeres paradigmaváltásra van szükség.

Ehhez azonban az kell, hogy a szakma elméleti és gyakorlati művelői egy emberként gondolkodjanak, és egy emberként akarják a legjobbat kihozni a marketing jövőjéből!

Irodalomjegyzék

- Achrol, R. S.–Kotler, P. (1999): Marketing in the network economy, *Journal of Marketing*, Vol. 63, special issue, pp. 146–163.
- Bakan, J. (2004): *The Corporation – Beteges hajsza a pénz és a hatalom után*. Független Média Kiadó, Budapest.
- Berry, L. L. (2002): Relationship Marketing of Services-Perspectives from 1983 and 2000, *Journal of Relationship Marketing* Vol. 1, n. 1, pp. 59–94.
- Brundtland, G. H. (1987): *Our Common Future*, Oxford University Press, Oxford.
- Calder, L. (1999): *Financing the American Dream: A Cultural History of Consumer Credit* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Corrigan, P. (1997): *The Sociology of Consumption*, Sage, London.
- Coviello, N. E.–Brodie, R. J.–Danaher, P. J.–Johnston, W. J. (2002): How Firms Relate to Their Markets: An Empirical Examination of Contemporary Marketing Practices, *Journal of Marketing* Vol. 66, N. 3, 33–46. p.
- Dinya L.–Farkas F.–Hetesi E.–Veres Z. (2004): *Non-business marketing és menedzsment*. KJK-Kerszöv, Budapest.
- Duray R.–Ward P. T.–Milligan G. W.–Berry W. L. (2000): Approaches to mass customization: configurations and empirical validation, *Journal of Operations Management*, Vol. 18, No. 6, pp. 605–625.
- Fien, J.: Teaching and Learning for a Sustainable Future, UNESCO, New York http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/esd/documents/workshops/kanchanburi/fien_tlsf.pdf
- Ford, D. (2003): *Business marketing*, KJK Kiadó, Budapest.
- Gilmore, J. H.–Pine, B. J. (1997): The Four Faces of Mass Customization, *Harvard Business Review* Vol. 75 No. 1, pp. 91–101.
- Grönroos, C. (1996): Relationship marketing: strategic and tactical implications, *Management Decision*, Vol 34, N. 3, 5–14. p.
- Hirsch, F. (1976): *Social Limits to Growth*, Harvard University Press, Cambridge, 208 s. Den benyttede udgave er fra Routledge & Kegan Paul, London.
- Holland, C. P.–Naude, P. (2004): „The Metamorphosis of Marketing into an Information-Handling Problem”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 19(3), pp. 167–177.
- Ifj. Rekettye, G. (2009): A gazdasági válság hatásai a reklámkommunikációra. MOK. 15. Jubileumi Országos Konferenciája, „Új marketing kihívások a XXI. században – Fenntartható fogyasztás”, Kaposvár, 2009. augusztus 25–26. CD.
- Kotler, P.–Keller, K. L. (2006): *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kotler, P. (1992): *Marketingmenedzsment*, Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- Kotler, P.–S. J. Levy (1969): „Broadening the Concept of Marketing”, *Journal of Marketing*, 33 January, pp. 10–15.
- Kotler, P.–A. R. Andreasen (2006): *Books.Strategic Marketing for NonProfit Organizations* (5th Edition) (9780132325479).
- Lindgreen, A.–Davis, R.–Brodie, R. J.–Buchanan-Oliver, M. (2000): Pluralism in contemporary marketing practices, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, N. 6, 294–308. p.
- McDermott, L.–Stead, M.–Hastings, G. (2005): What Is and What Is Not Social Marketing: The Challenge of Reviewing the Evidence, *Journal of Marketing Management*, 21, 5, pp. 545–553.

- McKendrick–Neil-Brewer-John and Plumb, J. H.* (1982): *The Vriht of a consumer Society: The Commercialization of Eigh-teenth-Century England.* London.
- Meadows, D.–Randers, J.–Meadows, D.* (1972): *The Limits To Growth, Thirty Years Later.* <http://www.chelseagreen.com/>
- Miller, D.* (1987): *Material Culture and Mass Consumption.* Oxford, Basil Blackwell, pp. 240.
- Pavluska, V.* (1999): A nonprofit szektor. (Humán szervező [munkaügyi] menedzser sorozat) Pécs: JPTE FEEFI, 1999. 216 p. ISSN: 0866-627X
- Peattie, K.–Peattie, S.* (2008): Social marketing: A pathway to consumption reduction? *J Bus Res*, doi: 10.1016/j. Journal of Business Research.
- Pels, J.–Brodie, R. J.–Johnston, W. J.* (2004): Benchmarking business-to-business marketing practices in emerging and developed economies: Argentina compared to the USA and New Zealand, *Journal of Business & Industrial Marketing* Vol. 19 N. 6, 386–396. p.
- Pels, J.–Coviello, N. E.–Brodie, R. J.* (2000): Integrating transactional and relational marketing exchange: a pluralistic perspective, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 8, N. 3, 11–20. p.
- Reketye G.* (2009): Marketing a recesszió időszakában. MOK. 15. Jubileumi Országos Konferenciája, „Új marketing kihívások a XXI. században – Fenntartható fogyasztás”, Kaposvár, 2009. augusztus 25–26. CD.
- Reketye. G.–ifj. Reketye G.* (2009): A világjövője – a jövő marketingje. Vezetéstudomány, XXXX. évf. 2. szám, pp. 2–9.
- Révész B.* (2009): A kapcsolatorientáció marketing jelentősége. Kézirat, SZTE GTK.
- Ritzer, G.* (1995): *Expressing America: A Critique of the Global Credit Card Society.* Thousand Oaks, Pine Forge Press, CA.
- Ritzer, G.* (1996): *The McDonaldization of Society.* Thousand Oaks, Pine Forge Press, CA.
- Ritzer, G.* (1999): *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption.* Thousand Oaks, Pine Forge Press, CA.
- Ritzer, G.* (2003): *Consumers, Commodities, and Consumption,* Prospective American Sociological Association ASA, Section – information.
- Schor J. B.* (1998): *The Overspent American. Upscailing, Downshifting, and the New Consumer.* New York, Basic Books.
- Sisodia, R. S.–Wolfe, D. B.* (2000): *Information Technology: Its role in building, maintaining, and enhancing relationships,* in Sheth, J. N. – Parvatiyar, A. (ed): *Handbook of Relationship Marketing,* SAGE, Thousand Oaks.
- Smelser, Neil J.* (2008): *Economic stagnation and its interrelation with the societal order.*
- Steger, U.* *Perspectives for Corporate Social Responsibility,* IMD, May, Working Paper.
- Stern, N.* (2007.): *Stern-jelentés – Az éghajlatváltozás közgazdaságtana,* <http://www.rec.hu/Dokumentumok/STERNosszefoglalo.pdf>
- Törőcsik, M.* (1996): *Ipari marketing,* Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Turek, J.* (2005.): *A History of Sustainability,* <http://www.cap-lmu.de/fgz/portals/sustainability/history.php>
- Veres Z.–Hetesi E.–Andics J.* (2009): Életstílus, szabadidő struktúra és márkapreferenciák. MOK. 15. Jubileumi Országos Konferenciája, „Új marketing kihívások a XXI. században – Fenntartható fogyasztás”, Kaposvár, 2009. augusztus 25–26. CD.
- Veres. Z.* (2009): *A szolgáltatásmarketing alapkönyve.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 578 p.

DR. PHD VINCZE-LENDVAI EDINA:^{*} Balatonszárszó imázsvizsgálata

Abstract

Near the Lake Balaton there are a lot of little or bigger villages. I chose one of their numbers: Balatonszárszó, to make its image-analysis. First I made a secondary research, and then I made a questionnaire examine. I filled it with 100 – people. The main results are: the most of people have heard about Balatonszárszó, 60% of them know where it is. People know József Attila and his death – connecting to Balatonszárszó, but really few questionnaire-filler have heard about the SDG-movement and the “szárszói meeting in 1943”.

1. Bevezetés

Az elmúlt 10 évben szinte minden nyáron Balatonszárszón töltöttem 2–3 hetet, így alkalmam volt megismerni ezt a hangulatos kis balatoni falut. Láttam, hogyan szépül, fejlődik, így nem véletlen, hogy ezen értekezés vizsgálatának tárgyául választottam.

A 2182 főt számláló település a Balaton déli partján, Balatonföldvár és Őszöd között helyezkedik el, a Balatonföldvári Többcélú Kistérségi Társulás 13 településének egyikeként. Nevének hallatán több dologra is asszociálhatunk: József Attilára, a Soli Deo Glória mozgalomra, illetve a '43-as szárszói találkozóra.

Az elmúlt években a belföldi turizmus iránti gyengülő kereslet miatt csökkent a nagyközségbe érkező fizetővendégek száma. A falu vezetősége többféle módon szeretné visszacsalogatni a turistákat, pl.: új programokkal, rendezvénysorozatokkal, sporteseményekkel.

Munkám során célul tűztem ki, hogy megismerjem a potenciális vendégek véleményét erről a nyaralóhelyről. Ennek érdekében kérdőíves felmérést végeztem, melynek során megismertem a településről kialakult imázst.

2. Balatonszárszó bemutatása

2.1. A település kialakulása, nevének létrejötte

A régészeti kutatások során feltárt leletek alapján megállapítható, hogy a településen az újkőkorból, a neolitikumból (i. e. 7–4. évezred) már volt ember, s a késői rézkorból, i. e. 2100 körül már megindult az élet (Sági–Cséby 1990.).

Az M7-es autópálya építését megelőző vizsgálatok (2001-ben) egy török kori falu maradványait, valamint egy, a XIII. században épült templom alapfalait, illetve a közelébe temetettek sírjait tárták fel (www.balatonszarszo.hu [a]).

A község régi elnevezése: Szárazaszó – az „aszó” jelentése völgy –, azaz száraz völgy volt. A török hódoltság idején már Szársó néven illetik, a XIX. századi térképeken pedig Szárszó néven szerepel. 1922-ben kapta meg a Balaton előtagot (Reöthy 1990a).

2.2. Balatonszárszó irodalmi, történelmi kapcsolódású eseményei

2.2.1. Balatonszárszó és József Attila

József Attila 1937. december 3-án ebben a községben lelte a költő a halálát. A már régóta orvosi segítségre szoruló József Attila egészségi állapotán tovább rontott Kozmutza Flóra iránt érzett viszonzatlan szerelme. A szanatóriumi kezelés sem segített már rajta, így 1937.

^{*} Főiskolai docens – Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar.

november 4-én Balatonszárszóra került, ahol a nővérei, Eta és Jolán gondoskodtak róla. A végzetes este előtti napon meglátogatták őt barátai, pályatársai, akik állás reményével kecsesítették a költőt. Másnap délelőtt leveleket írt barátainak, szerelmének, orvosának. A 19.35-kor induló 1284. számú tehervonat – amely halálra gázolta – nem volt benne a menetrendben, így a mai napig nem tisztázott a véletlen baleset vagy öngyilkosság kérdése. A költőt először Balatonszárszón temették el, majd 1942-ben a Kerepesi temetőben, Budapesten (Balogh 1970, N. Horváth 1980, www.wikipedia.hu [a], www.wikipedia.hu [b]).

2.2.2. Balatonszárszó és a Soli Deo Gloria mozgalom

A református egyház 1921-es balatonkiliti találkozójának nagy alakja volt Töltéssy Zoltán. Az ő javaslata volt egy református szellemű diákszövetség létrehozása. A társulás elnevezése, a Soli Deo Gloria, nem más, mint Kálvin jelmondata, a reformáció helvét ágának egyik alaptétele. Jelentése: Egyedül Istené a Dicsőség. Elsősorban teológusok, egyetemi hallgatók lehettek a tagjai, majd középiskolásokra is kiterjedt a munkájuk. Országsszerte hoztak létre olyan intézményeket, alapítványokat, amelyek a tehetséges, de szegény diákok tanulását segítették elő. 1928-ban vásárolták meg a szárszói Nefelejts villát, a hozzá tartozó nadrágszíj parcellával együtt, majd tovább bővítették a területet, ami a '40-es években már ötholdas üdülőteleppé nőtte ki magát. Lehetővé vált a diákok számára az olcsó nyaralás. A biblia magyarázatok hallgatása, a zsoltárok éneklése mellett természetesen volt lehetőség játékokra, fürdőzésre, kirándulásra is. Emellett nyaranta előadás-sorozatok, konferenciákat tartottak, ahol számos író, tudós, közéleti személyiség fejtette ki gondolatait. Az 1950-ben az SDG Szövetség – a többi hasonló jellegű egyesülethez hasonlóan megszűnt. Az épületet államosították, a SZOT rendelkezett vele. 1952-ben a Földművelésügyi Minisztérium és az Állami Egyházügyi Hivatal képviselői leltárba vették a telephelyet, ami egyúttal a konferenciahely megszűnését is jelentette. Jelenleg a régi „Telep” helyén áll a 2004-ben átadott SDG Református konferenciaközpont (Balom 2008, Magyar Nagylexikon 2003, www.sdgszarszo.hu [a], www.wikipedia.hu [b]).

2.2.3. Balatonszárszó és az 1943-as szárszói találkozó

1943. augusztus 23. és 29. között zajlott le a leghíresebb SDG konferenciára, melyet a diákszövetség mellett a Magyar Élet Kiadó (Püski Sándor vezetésével) könyvbarátainak társasága is szervezett. A rendezvényen 500-600 fő vett részt: a diákok mellett a paraszti származású és iparos fiatalok is jelen voltak. Az előadásokat elsősorban a népi írók, valamint a baloldali értelmiségiek tartották. Mindenki szabadon elmondhatta nézeteit, ez adta a konferencia igazi jelentőségét. Néhány ismertebb név az előadók közül: Németh László, Erdei Ferenc, Kodolányi János, Karácsony Sándor, Darvas József. Bár az előadásokról nem készült jegyzőkönyv, gyakran tudósított róla a korabeli sajtó, így az ország minden területére eljutott a híre. A találkozó után az SDG Szövetség munkája még jelentősebb lett az ellenállásban (Ázsóth 1990, Balom 2008, Magyar Nagylexikon Kronológia 2006, www.sdgszarszo.hu [a, b]).

3. Imázsvizsgálat

A régió- és településmarketingnek – mely a múlt század második felében alakult ki –, a szakirodalomban többféle definícióját, értelmezését olvashatjuk. Mészáros (1997) fejlődésnek, Kozma (1995) módszernek, míg László (1998) eszköznek tekinti. Piskóti et al. (2002) szerint bármelyik definíciót is fogadjuk el, a régió és településmarketing feladata a terület versenyképességének, előnyeinek, vonzerejének feltárása, ezek megvalósításának elősegítése, valamint kommunikálása a gazdasági, fejlesztési célok elérése érdekében.

Ha marketingről beszélünk, akkor kell, hogy legyen termékünk, amit el szeretnénk adni, és vevőnk is, aki ezt meg szeretné vásárolni. Vevőknek tekinthetjük a helyi lakosságot, az üzleti élet szereplőit, valamint a turistákat (László, 1998). A termék pedig nem más, mint maga a terület: település, város, falu, mely egyrészt jellemezhető az adott tulajdonságaival, másrészt pedig a róla kialakult képpel, imázssal. Az image összetevői (Piskóti et al. 2002):

- gazdasági image,
- társadalmi image,
- ökológiai image,
- kulturális image.

A társadalmi imázst a helyi lakosság, a területen kívüli lakosság, a vállalkozások, illetve a politikai szervezetek alapján elemezhetjük.

4. Anyag és módszer

Munkám során primer és szekunder kutatást végeztem. A szakirodalom idevágó fejezteinek áttanulmányozása után kezdtem hozzá a település imázsvizsgálatához. A négyféle lehetőség közül a társadalmi imázsvizsgálatot választottam, azon belül is a nem az adott településen élő lakosság véleményére voltam kíváncsi. Ennek érdekében egy kérdőívet készítettem, amelyet az alábbi főbb részekből állt:

- a település ismertsége,
- a településhez kapcsolódó kulturális, történelmi események ismertsége,
- Balatonszárszó véleményezése,
- demográfiai kérdések.

A kérdőívet 100, különböző korú, nemű, iskolai végzettségű és lakóhelyű vizsgálati alannyal tölttettem ki. A kitöltetés személyesen, illetve elektronikus úton történt. A vizsgálat nem reprezentatív. Az adatokat Statistica program segítségével dolgoztam fel.

5. Eredmények és értékelésük

A kérdőívek kiértékelése

A vizsgálatban résztvevők az alábbi demográfiai megoszlást mutatták (1. táblázat):

1. táblázat. A vizsgálatban résztvevők demográfiai változók szerinti megoszlása

Változó	Válaszadók megoszlása (%)
Nem: Férfi / nő	38 / 62
Kor: 18-23 / 24-60 / 60-	26 / 58 / 16
Iskolai végzettség: Alapfok / középfok / felsőfok	11 / 38 / 51
Régió: Dél-A. / Észak-A. / egyéb	82 / 12 / 6
Településtípus Város / falu	69 / 31

A kérdőív első részében Balatonszárszó ismertségét kutattam. A válaszok alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek:

- 94%-a hallott már róla,
- 66%-a tudja, hogy hol található,
- 59%-a tudja, hogy hogyan lehet a legkönnyebben eljutni a településre.

A település megközelíthetőségét firtató kérdésre a válaszadók egy része a járművet (vonat, autóbusz, gépkocsi) nevezte meg, míg egy másik részük az útvonalat írta le (pl. M7-es autópálya, Szeged–Dunaföldvár–Siófok–Balatonszárszó).

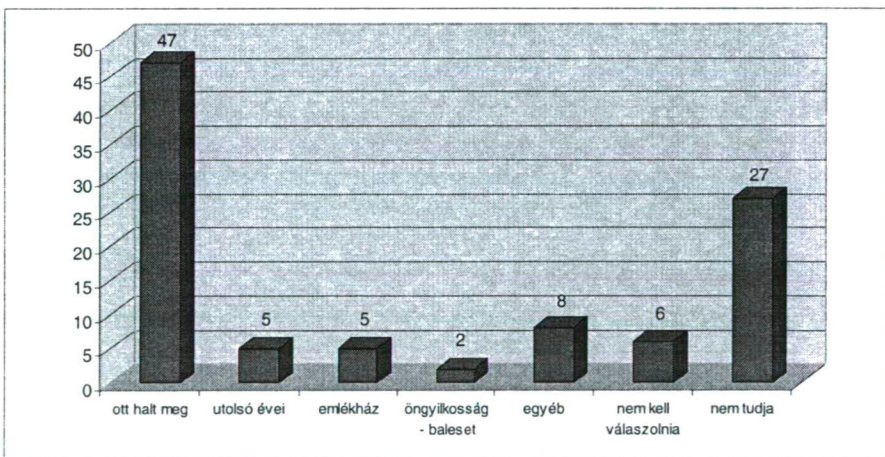
Az a 6 fő, aki – bevallása szerint – még soha nem hallotta a település nevét, faluban élő, alacsony végzettségű idős férfiak, illetve nők voltak.

A második szakaszban a nagyközséghez kapcsolódó kulturális, történelmi eseményekről faggattam a kutatás alanyait.

A József Attilával kapcsolatos emléket a megkérdezettek 68%-a tudta felidézni, az 1. ábrán látható megoszlásban.

Az egyes demográfiai jellemzőkkel bíró csoportoknál az alábbi arányban tudták a jó választ:

- Nők (70%) – férfiak (63%),
- Fiatal (53%) – 24–60 közötti (75%) – idős (62,5%),
- Alapfokúak (45,5%) – középfokúak (63,2%) – felsőfokúak (76,4%),
- Városiak (72%) – falusiak (58%).

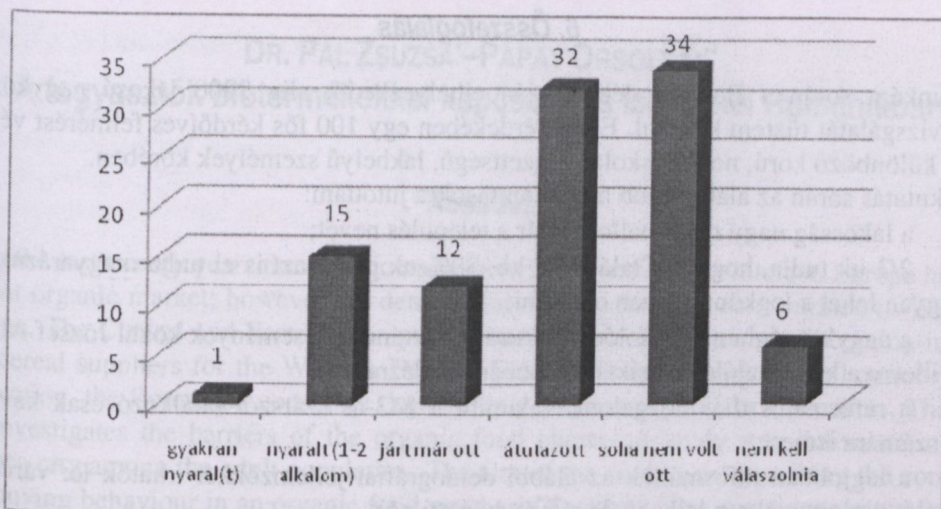


1. ábra. József Attila és a település közti kapcsolat – a megkérdezettek válaszai alapján (n = 100)

A legtöbben – helyesen – a költő halálát kapcsolták a település nevéhez, volt, aki fellelőtte a baleset vagy öngyilkosság kérdését is. Öten tudták, hogy jelenleg emlékház található a faluban, míg néhányan a nővéreire, illetve a szanatóriumi kezelésére asszociáltak.

A korábbiakban említett Soli Deo Gloria mozgalomról mindössze 8 fő hallott, és közülük is csak öten tudták, milyen összefüggés van a nagyközség és a mozgalom között. Szintén kevesen emlékeztek a szárszói találkozóra, összesen 14-en válaszolták azt, hogy már hallottak róla, de közülük csak hatan tudtak pontos részletekkel szolgálni. Mindkét kérdés-körnél a városi, diplomás, 24 és 60 év közötti nők jeleskedtek a válaszadásban.

A kutatás harmadik részében Balatonszárszó véleményezésére kértem fel a válaszadókat. Ezt természetesen csak azok tudták megtenni, akik rövidebb-hosszabb időt töltöttek már a településen (2. ábra).



2. ábra A válaszadók megoszlása a településen való megfordulásuk alapján (n=100)

A fenti diagram adatai alapján megállapítható, hogy csak 28 személy tud igazán véleményét nyilvánítani a témában. Közülük csak 25 élt ezzel a lehetőséggel. A kérdőívben felsorolt állításokat kellett 1–5-ig pontozni aszerint, hogy mennyire értenek vele egyet. A kapott átlagpontszámokat és a szórásokat a 2. táblázatban összegeztem.

2. táblázat. Az egyes állítások átlagpontszámai, szórásai (n = 25)

Állítás	Átlagpontszám	Szórás
A település nyugodt, pihenésre kiválóan alkalmas.	3,92	0,88
A városkép rendezett.	4,00	0,93
Elegendő program van a nyaralók számára.	3,47	1,12
Rossz idő esetén is hasznosan el lehet tölteni az időt.	3,25	1,25
A környékbeli települések programjai jobbak.	3,61	0,98
A település szolgáltatásai megfelelő színvonalúak.	4,05	0,79
A nagyközség strandja jó minőségű.	3,77	1,03
A település bárki számára kellemes nyaralást biztosít.	4,39	0,72
Szívesen töltöm itt máskor is a nyaralást.	3,68	1,25
Szívesen ajánlom a települést másoknak is.	3,96	1,20

A pontszámok alapján kiderül, a válaszadók összességében elégedettek a településsel.

A legpozitívabb vonásnak az alábbiak tekinthetők:

- A nyaralóhely bármely korosztály számára ajánlott,
- A szolgáltatások színvonala jó,
- A falukép rendezett.

A legkevésbé pedig a következőkkel vannak megelégedve a válaszadók:

- A programok kevésnek bizonyultak,
- Rossz idő esetén a vendégek nem tudták tartalmasan eltölteni az időt,
- Ugyanakkor a szomszédos települések programkínálatát sem ismerik.

Az utolsó három állítás alapján elmondható: akik már nyaraltak ott, nem feltétlenül mennének vissza, de szívesen ajánlják másoknak.

6. Összefoglalás

Munkám során a Balaton déli partján elhelyezkedő, alig 2200 lakosú nagyközség imázsvizsgálatát tűztem ki célul. Ennek érdekében egy 100 fős kérdőíves felmérést végeztem – különböző korú, nemű, iskolai végzettségű, lakhelyű személyek körében.

A kutatás során az alábbi főbb megállapításokra jutottam:

- a lakosság nagy része hallotta már a település nevét;
- 2/3-uk tudja, hogy hol található, kb. 30%-uk pedig azt is el tudja magyarázni, hogyan lehet a legkönnyebben odajutni;
- a nagyközséghez kapcsolódó kulturális, történelmi események közül József Attilát, illetve a költő halálát tudták a legtöbben felidézni;
- a református diákmozgalom, valamint a §43-as szárszói találkozó csak kevesek számára ismert;
- a legjobban informáltak az alábbi demográfiai jellemzőkkel írhatók le: városban élő, diplomával rendelkező 24–60 év közötti nők.

A fentiek alapján az alábbiakat tudom a falu vezetőségének megfontolásra javasolni:

- fektessenek nagyobb hangsúlyt a József Attilához kapcsolódó rendezvények (pl. Zenés Vers Hete) propagálására;
- keltsék fel az emberek kíváncsiságát, ismerjék meg a többi történelmi jelentőségű eseményt is;
- az átlagpontok – valamint a személyes tapasztalatom alapján – mindenképp javaslom a programok bővítését, elsősorban a gyerekek számára.

Irodalomjegyzék

- Ázsóth Gy. (1990): Az 1943-as szárszói találkozóról. In: Szárszó. Balatonszárszó múltjáról és jelenéről. Balatonszárszó Nagyközségi Közös Tanács Kiadványa, 305–310. p.
- Balogh L. (1970): József Attila, Gondolat Kiadó, Budapest.
- Balom Zs. B. (2008): Balatonszárszó művelődése a XX. században. Szakdolgozat. Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Vitéz János Kar.
- Kozma G. (1995): Városmarketing mint a helyi gazdaságfejlesztés lehetséges eszköze. Tér és Társadalom, 9. évfolyam, 1–2. szám, 37–54. p.
- László É. (1998): Városmarketing. Phare Program Kiadvány. Szolnok, 1998.
- Magyar Nagylexikon (2003): Soli Deo Gloria Szövetség. 16. kötet 145. p., Magyar Nagylexikon Kiadó, Budapest.
- Magyar Nagylexikon Kronológia (2006): 1943-as szárszói találkozó. 2. kötet 1285. p., Magyar Nagylexikon Kiadó, Budapest.
- Mészáros B. (1998): Településmarketing. Marketing & Menedzsment 4. szám 4–10. p.
- N. Horváth B. (1980): József Attila. Élet-Mű-Kalauz 4. Mikszáth Kiadó, Horpács.
- Piskóti I.–Dankó L.–Schupler H. (2002): Régió és településmarketing. KJK. – Kerszöv Kiadó, Budapest.
- Reöthy F. (1990a): Szárszó neve. In: Szárszó. Balatonszárszó múltjáról és jelenéről. Balatonszárszó Nagyközségi Közös Tanács Kiadványa, 11. p.
- Reöthy F. (1990b): Szárszó XX. századi története. In: Szárszó. Balatonszárszó múltjáról és jelenéről. Balatonszárszó Nagyközségi Közös Tanács Kiadványa, 117–129. p.
- Sági K.–Cséby G. (1990): Balatonszárszó régészeti emlékei. In: Szárszó. Balatonszárszó múltjáról és jelenéről. Balatonszárszó Nagyközségi Közös Tanács Kiadványa, 63–75. p.
- <http://www.balatonszarszo.hu/index.php?fo=1&al=2> (a) letöltve: 2009. július 31.
- http://hu.wikipedia.org/wiki/J%C3%B3zsef_Atila (a) letöltve: 2009. július 31.
- <http://hu.wikipedia.org/wiki/Balatonsz%C3%A1rsz%C3%B3> (b) letöltve: 2009. július 31.
- <http://www.sdgszarszo.hu/index.php?id=20080206tortenelem> (a) letöltve: 2009. július 31.
- http://www.sdgszarszo.hu/index.php?id=200802071943_konferencia (b) letöltve: 2009. július 31.

DR. PÁL ZSUZSA*–PÁPAY ORSOLYA:**

A fogyasztók biotermékekkel kapcsolatos ismeretei Romániában

Abstract

In the last twenty years the organic movement has faced a great interest. Europe has the largest organic market; however the demand for organic foods is concentrated in Western Europe. The Central and Eastern European countries, like Romania, are becoming important cereal suppliers for the Western Europe. Despite the increasing of the home organic production, the Romanian consumer does not buy and eat organic food products. This paper investigates the barriers of the organic food choice. A study was delivered in Cluj Napoca city among the adult population. The aim of the study was describing the consumers' buying behaviour in an organic food purchasing context. The questionnaire was structured into five sections: general food purchasing habits, the consumer' knowledge regarding the organic foods, organic foods buying habits, reasons of the nonconsumption and identification questions. The accent is put on the evaluation of the consumers' knowledge on this category of products. The main conclusion is despite the consumers consider themselves consuming organic food, they do not are able even to identify or characterize them.

Bevezetés

A biotermékek az elmúlt 20 évben több okból is kifolyólag a figyelem középpontjába kerültek keresleti és kínálati oldalon egyaránt. Amellett, hogy előállítási technológiájuk a környezetvédelmi szabályoknak megfelel, és az emberi egészségre is jótékony hatással vannak, a réspiaci feltételek mellett kistermelők számára is jobb megélhetőséget biztosít.

A biotermékek piaca világszerte növekedést mutat. Azonban a keresleti és kínálati oldalon is egyenletlenségek mutatkoznak az egyes országok között. Míg a biogazdálkodásra szánt mezőgazdasági területek aránya Ausztráliában és Óceániában a legmagasabb, a keresletet tekintve a legnagyobb fogyasztó Észak-Amerika és Európa. E két kontinens a bioélelmiszerek piacának 97%-át jelenti [14]. Romániában az elmúlt közel tíz évben a biotermelésre használt földterületek megtízszereződtek. 2007-ben közel 4000 biogazda 200 000 hektáron termelt [13]. A termelés közel 90%-át exportálják. A legjelentősebb üzletkötési lehetőség a romániai biogazdák számára az évente megszervezett nürnbergi BioFach nemzetközi vásár. A biotermékek romániai elosztása tekintetében a nagy áruházláncok (Metro, Carrefour, Cora, Auchan) a legjelentősebbek. Ma már a nagyobb városokban működnek szakosodott bioboltok, valamint a természetgyógyászati termékeket forgalmazó boltok, gyógyszertárak is tartanak kínálatukban ilyen termékeket. A romániai lakosság által elfogyasztott élelmiszer kevesebb, mint 0,01%-át teszi ki a bioélelmiszer, míg ez az arány a Nyugat-európai országokban eléri a 3–4%-ot is [13].

A kilencvenes évektől kezdődően számos tanulmány próbálja magyarázni a bioélelmiszer-fogyasztó vásárlói magatartását. Ezek a tanulmányok két csoportba sorolhatóak [9] a bioélelmiszer vásárlási folyamatának kimenetelét tekintve: (1) motiváló tényezők rendsze-

* Egyetemi tanársegéd – Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Románia, Közgazdaság és Gazdálkodástudományi Kar.

** Mesteris hallgató – Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Románia, Közgazdaság és Gazdálkodástudományi Kar.

rének vizsgálata [5], [6], [11] és (2) gátló tényezők rendszerének vizsgálata [2], [7], [10], illetve ezek hatása a biotermékek fogyasztására.

Romániában lévén igen alacsony a kereslet, mi a gátló tényezők vizsgálatát tűztük ki célul. Az általunk két legfontosabb gátló tényezőnek számít az ár és a fogyasztók ismereti.

A biotermékek ára

Véleményünk szerint az első és legfontosabb tényező az a felár amit a biotermékekért fizetni kell. Egyes tanulmányok szerint Romániában a bioélelmiszerek körülbelül 40%-kal drágábbak [13], de ez változik mind termékcsoportonként, mint pedig a termékek eredete szerint. Spanyolországban, például, ez az arány akár 100%-ot is eléri [10]. Az importtermékek sokkal drágábbak (akár 200%-kal), és a magas feldolgozottsági fokú termékek esetében az importtermékek jelenléte a jellemzőbb. Romániában, néhány kivételtől eltekintve (LaDorna tejfeldolgozó, tészta és reggelizőpohely), hiányzik ugyanis a bio-feldolgozóipar, így az itt termelt mezőgazdasági termékek exportálásra kerülnek, majd feldolgozott formában térnek vissza az országba [14].

A prémium árak a létjogosultsága több szempontból is magyarázható: a biogazdaságok alacsonyabb hozama tehát magas termelési, elosztási és marketing egységköltsége, ugyanezen költségek magasabb aránya a réspiaci feltételek közepette, a termékek magasabb vevőértéke, aminek szintén több összetevője lehet: jobb minőség (íz, tápérték), etikai érték (környezetvédelem, fair trade feltételek) és presztízs érték.

A fogyasztók biotermékek iránti fizetési hajlandóságát több kutató is vizsgálta (*1. táblázat*). Fotopoulos (2002) görögországi vizsgálata azt mutatta, hogy a legkiemelkedőbb vásárlást gátló tényező nem az ár, meglepően és megnyugtatóan, hanem a termékek rossz elosztása, hozzáférhetősége. Az ár a második helyen van, viszont árérzékeny fogyasztók találhatók mind a fogyasztók és relatív nem fogyasztók között. Hasonló eredményre jutottak Zanolli és Naspetti is (2002).

1. táblázat. Az európai fogyasztó fizetési hajlandósága a biotermékeket tekintve (2002-es tanulmány)

Felár (%)	5–10	10–20	20–30	30–40	40–50	50–60
Azon fogyasztók aránya, akik hajlandóak megfizetni ezt az árat (%)	45–80	20–50	10–25	5–20	3–18	3–15

Forrás: Ritson, 2007, 269

Fotopoulos (2002a) néhány gondolatban összegezi a fizetési hajlandóság témáját. Zanolli hivatkozva állapítja meg, hogy a fogyasztói megkérdezések során kapott fizetési hajlandóságra vonatkozó válaszok gyakran alulértékelik a tényleges vásárlási helyzetben történő kiadásokat. A fogyasztók gyakran költik a konvencionális élelmiszerek 300%-át is egy bioélelmiszere [3].

Továbbá bizonyított [8], hogy a biotermékek kereslete sokkal rugalmasabb mint a konvencionális úton előállítottaké, egyrészt az amúgy is magas ársávba tartozás, másrészt a helyettesítési hatás következtében. Az árérzékenységet kifejező árugalmassági együttható változik a szegumentumok magatartási változói (vásárlási gyakoriság, fogyasztói hűség) függvényében.

Az árérzékenységhez szorosan kapcsolódik a jövedelemszint. Amikor egy átlagos román háztartás jövedelmének közel 45%-át élelmiszerekre költi, feltevődik a kérdés, hogy 40% felárral értékesített biotermékeknek lehet-e piaca, illetve melyik az a réteg, amely

körében beszélhetünk célpiacról. A szakirodalom tanúsága szerint a vásárlási hajlandóságot nem, de a vásárlási gyakoriságot és vásárolt mennyiséget annál inkább befolyásolja a jövedelemszint [2].

A szakirodalom a biotermék fogyasztó profiljának leírásakor a hagyományos szociális és demográfiai változók mellett ugyanolyan fontosnak tartja a magatartási változók szerinti szegmentálást. Biotermékek fogyasztása esetében fontosabb kritérium az attitűd, értékek és motivációk.

Az alacsony jövedelmek mellet elmondható – igaz, nem reprezentatív minta alapján – hogy a szupermarketekben vásárolt élelmiszerek 15–20%-át kidobják, jórészüket érintetlen állapotban. Ilyen megközelítésben az is feltételezhető, hogy az élelmiszerral és annak fogyasztásával és általában a fogyasztással szembeni attitűd megváltoztatása megnyithatja a román piacot a biotermékek számára a jövedelmek módosulása nélkül is.

A fogyasztók biotermékekkel kapcsolatos ismeretei

Napjainkban az egészséges életmóddal kapcsolatos mozgalmak elárasztották a fogyasztói piacot, beleértve az élelmiszerpiacot is. Legalább három élelmiszercsoport kínál az egészségesség tekintetében hasonló előnyöket a fogyasztóknak: természetes élelmiszerek, bioélelmiszerek, funkcionális élelmiszerek, melyek közti különbség a fogyasztók által sokszor nem észlelhető.

Romániában ez legalább három okból kifolyólag halmozottan is igaz. Egyrészt maga a termékcsoport elnevezése, másrészt a más élelmiszer-kategóriákkal történő elosztása, harmadsorban a specifikus információhiány, illetve általános információáradat bonyolítja a tisztánlátást.

Romániában a bioélelmiszerek hivatalos neve az „ökoélelmiszer”, ami a környezettel való kapcsolatot emeli elsődleges meghatározó tényezővé, nem pedig általában az „élettel”, így saját étellel, történő meghatározást, ahogy azt a „bio” előtag teszi. Bizalmasan egyre inkább használják a „bio” előtagot, illetve jelzöt is, azonban jórészt a hagyományos falusi termelést, illetve vele.

Kolozsváron 2008 decemberében nyílt az első, és eddig egyetlen biobolt. Emellett a már említett hipermarketekben és natúr boltokban lehet bioterméket vásárolni, valamint Internetes üzletekben. Azzal a céllal, hogy megtudjuk, a kolozsvári lakosság mit tud a bioélelmiszerekről, illetve vásárolja-e őket, kérdőíves felmérést végeztünk.

A felmérést kolozsvári lakosok körében végeztük egy 455 elemszámú mintán. A mintavétel kvótás módszerrel történt, a felnőtt lakosság nem és korcsoportonkénti megoszlását véve figyelembe (1. táblázat).

Az adatgyűjtés kérdőív segítségével történt. A kérdőív a következő témaköröket tárgyalta: általános élelmiszervásárlási szokások, bioélelmiszerek ismerete, bioélelmiszer-vásárlási szokások, nemfogyasztás okai és szegmentáló kérdések.

2. táblázat. A minta megoszlása nem és korcsoport szerint

Korcsoport					
Nem	18–25	26–40	41–65	66+	Összes
Nő	9,98%	16,63%	19,07%	5,99%	51,66%
Férfi	9,09%	18,18%	16,63%	4,43%	48,34%
Összes	19,07%	34,81%	35,70%	10,42%	100,00%

Jelen tanulmányban a bioélelmiszerek ismeretét kutatjuk, annál is inkább, mivel ezen eredmények befolyásolják a további adatok feldolgozásából nyert adatok hitelességét.

A megkérdezettek 81%-a hallott a biotermékekről, közel 45%-a már vásárolt is legalább egyszer. A vásárlók 14%-a állítja, hogy heti rendszerességgel vásárol, 42% havonta több alkalommal, havonta átlagosan egyszer 6%, míg ennél ritkábban 13% vásárol. Összesen öten vallják, hogy eddig egyszer vásároltak.

Összehasonlítva az eredményt más országok adataival, a hivatalos statisztikákkal és az eladási listákkal, ez az arány hihetetlenül magas. Ennek az lehet az oka, hogy a mintabeli személyek nem tudják pontosan, hogy mely termékek sorolhatóak a biotermék kategóriába, és ezért olyan általuk vásárolt termékeket is biotermékeknek vélnek, amelyek valójában nem azok.

Nyílt kérdés segítségével vizsgáltuk, hogy melyek azok a képzetek, melyeket a biotermékekhez társítanak a megkérdezettek. Sokan többféle választ, jellemzőt is felsoroltak: természetes (19,06%), egészséges (29,56%), nem tartalmaz E-ket és konzerváló szereket (33,7%), nem kezeltek vegyszerekkel (20,72%), nem ártanak a környezetnek (17,4%); valamint kisebb arányban (2–3%) a következő válaszok drágák, jók, genetikailag nem módosítottak; illetve néhány negatív vélemény is elhangzott. A biotermékek lényegét kétféleképpen fejezték ki a válaszolók: (1) nem kezeltek vegyszerekkel és (2) nem tartalmaz E-ket, konzerváló szereket. Ezek két különböző jellemzőt is jelenthetnek, vagy pedig a második megállapítással az elsőt próbálták magyarázni. Fontos még megfigyelni, hogy elég sok ember (29,56%) számára a biotermék fogalma az egészséghez köthető. Ez azt bizonyítja, hogy a biotermékekkel kapcsolatos információk, tájékoztatók, reklámok, melyekben az egészséget hangsúlyozzák, valamilyen formában eljutnak a fogyasztóhoz. A „természetes” kifejezés is sokszor fordul elő (19,06%), kérdés, hogy ez vajon mit fed. Voltak, akik a természetest más értelmezésekkel együtt használták, így pontosítva, hogy mire is gondolnak, azonban sokan egyedül ezt a kifejezést használták, és ezekben az esetekben sajnos nem világos. A „nem ártalmas a környezet számára” válasz is gyakori volt (17,4%). Itt feltevődik a kérdés, hogy pusztán az „ecologic” kifejezés vezetett ehhez a válaszhoz, vagy a megkérdezettek tisztában voltak a biotermékek azon előnyével, hogy előállításuk során kímélik a környezetet.

Abban a kérdésben, hogy mit tudnak az emberek a biotermékekről, az a kérdés is segítségünkre lehet, hogy mely termékeket gondolják a legegészségesebbnek, lévén, hogy a biotermékek egyik leglényegesebb jellemzője az, hogy vegyszermentesek, és így nem okoznak olyan egészségügyi panaszokat, amelyeket esetleg a konvencionális élelmiszerek okozhatnak. A válaszadók csupán 12,7%-a fogyasztana bioterméket, ha egészségesen szeretne táplálkozni, a legtöbben (41,8%) a hagyományos falusi termékekben bíznak, illetve nagyon sokak (41,5%) számára a natúr kifejezés jelent garanciát. Ez azért érdekes, mert az előbb vizsgált nyílt kérdés kapcsán a megkérdezettek majdnem 30%-a az egészséget jelölte meg a biotermékek jellemzőjeként, az ennél a kérdésnél viszont az derült ki, hogy mintha mégsem bíznának benne.

A következőkben azokat a kérdéseket elemezzük, amelyek a biotermékek fogyasztói ismeretét illetve a hozzá kapcsolódó hiteket és tévhiteket tárgyalják. Az egyik ilyen kérdés konkrétan rákérdez egy sor olyan állításra, amelyek objektív módon meghatározzák a termékek bio voltát. Közéjük tettünk néhány tévhitel kapcsolatos kérdést is. A kérdés tartalmi és szerkezeti felépítésében Fürediné Kovács A. (2005) tanulmánya segített (3. táblázat).

Bár logikusan következtethető, és a szakirodalom is többnyire tényként kezeli, a 13 kijelentés közül kettőről úgy véltük, hogy túlzottan szubjektív ahhoz, hogy bevegjük az értékelésbe. Hasonlóan vélekedik munkájában Fotopulos (2002). Ezek az állítások a következők: „Ízletesebbek a szokásos élelmiszereknél.” Illetve „A biozöltségek, -gyümölcsök gyakran nem esztétikusak.”

3. táblázat. A biotermékek jellemzőivel kapcsolatos állítások

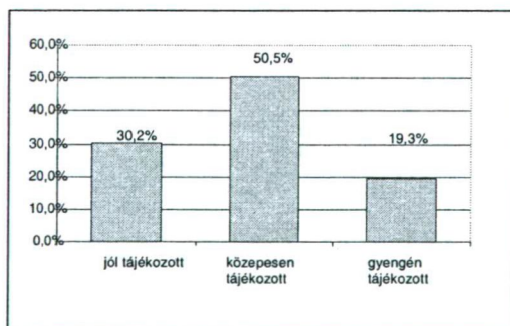
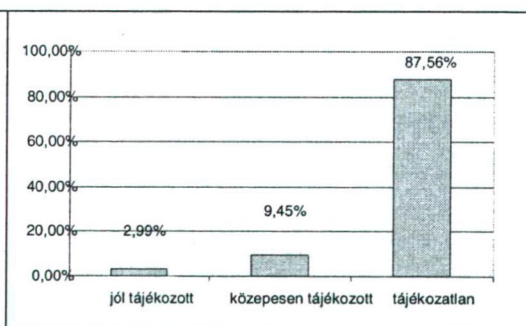
I. A biotermékek lényegét megragadó kérdések	II. A biotermékekkel kapcsolatos tévhiteket vizsgáló kérdések
Egy szabványrendszer alapján termelik.	Vitaminnal dúsított élelmiszerek.
Egy független tanúsító szerv rendszeresen ellenőrzi a termelési folyamatot.	Nem tartalmazhatnak hozzáadott cukrot.
A termelési folyamatban nem használnak mesterséges gyomirtót, rovarirtót, műtrágyát.	Diétás élelmiszerek.
Pozitív hatással vannak az egészségre.	Vegetáriánus élelmiszerek.
Nem tartalmaznak génmanipulált alkotóelemeket.	III. Vitatható állítások
Környezetkímélő feltételek között vannak termelve.	A biozöltségek, -gyümölcsök gyakran nem esztétikusak.
Egy embléma segítségével azonosíthatóak.	Ízletesebbek a szokásos élelmiszereknél.

A kijelentésekről a mintabeli személyeknek el kellett dönteniük, hogy azok igazak vagy hamisak. Az előzőek mellett a „nem tudom” lehetőség is a rendelkezésükre állt. A megkérdezettek válaszait egyenként értékeltük, majd összesítettük őket a következőképpen: minden helyes válasz 1 pont, minden helytelen illetve „nem tudom” válasz 0 pont. Így minden személy esetén kaptunk egy végső pontszámot, amely megmutatja nekünk, hogy az illető hány kijelentés igazságértékét tudta (vagy találta el) a 11-ből. Az is fontos információkkal szolgál, hogy hány pontot értek el az egyének a hetes, illetve a négyes kérdés-csoportok esetén külön-külön.

Végül a pontszámok alapján a következő kategóriákba soroltuk a mintabeli személyeket: jól tájékozott, közepesen tájékozott, gyengén tájékozott, tájékoztatlan.

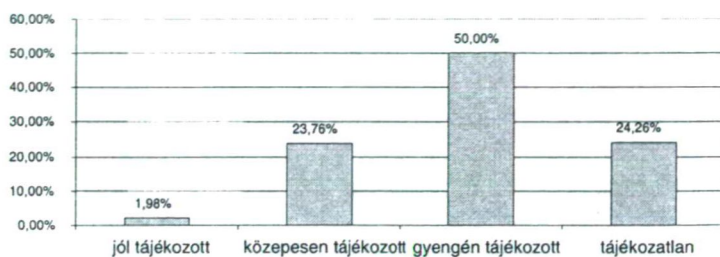
A hét lényegi kérdés esetén a megkérdezettek fele (50,5%) közepesen tájékozottnak bizonyult, 30,2%-a jól tájékozottnak, 19,3%-a pedig gyengén tájékozottnak. Ezek az eredmények nem mondhatók jóknak, ha abból indulunk ki, hogy eleve olyanok válaszoltak, akik saját bevallásuk szerint többé-kevésbé rendszeresen vásárolnak biotermékeket (1. ábra).

A négy beugratós kérdés esetén az eredmények egyáltalán nem kielégítőek. A tájékoztatlanok aránya 87,56%, a közepesen tájékozottak aránya 9,45%, míg a jól tájékozottak aránya mindössze 2,99%. Ez arra utal, hogy a biotermékekkel kapcsolatos tévhitük nagyon erősen élnek még az (állítólagos) vásárlók körében is (2. ábra).

**1. ábra. 7 lényegi kérdés****2. ábra. 4 beugratós kérdés**

Az összes 11 kérdésre adott válaszok esetén szintén gyengék az eredmények. A jól tájékozottak aránya alig 2%, a közepesen tájékozottaké 23,76%. A megkérdezettek pont feléről mondható, hogy gyengén tájékozottak, és majdnem egy negyedükről (24,26%) az, hogy fogalmuk sincsen arról, hogy mik is a biotermékek valójában (3. ábra).

Mivel láttuk, hogy a lényegi kérdések esetén az eredmények nem ennyire rosszak, elmondható, hogy az összeredményt a tévhitek rontják le ilyen jelentős mértékben. Ezért a továbbiakban érdemes a tévhiteket külön-külön is megvizsgálnunk.



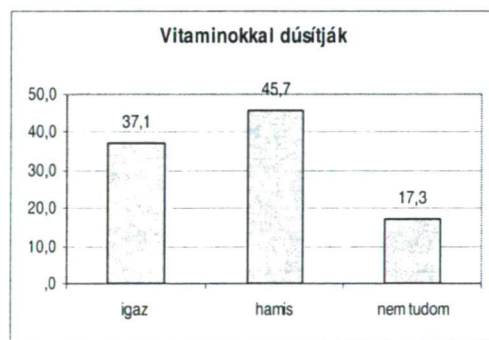
3. ábra. A 11 kérdés pontszámai

Az 4–7. ábrákból láthatjuk, hogy a legtöbb megkérdezett személy a hozzáadott cukor kapcsán téved. Itt nem csak azok száma magas, akik igaznak vélik ezt a kijelentést (59,1%), de azoké is, akik „nem tudom”-mal válaszoltak a kérdésre (23,2%). Mindössze a megkérdezettek 17,7%-a válaszolt helyesen.

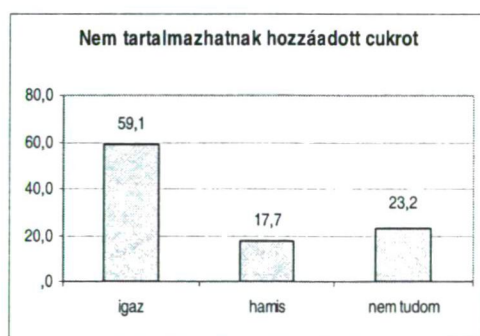
A másik három beugratós kérdés esetén a tévedések aránya nem ilyen magas, de összességében a megkérdezettek nagyjából fele mondható tájékozatlannak („nem tudom”-mal válaszoló) vagy rosszul tájékozottnak (hibásan válaszoló), ami igen magas arány.

A legkevesebb helytelen választ „A biotermékek vegetáriánus termékek” kérdésre adták, de még itt is 43,7% a tévedők és nem-tudók aránya.

A biotermékek lényegével kapcsolatos kérdésekre adott válaszok aránya eléggé hasonló egymáshoz. Meglepően sokan válaszoltak helyesen az egészséggel kapcsolatos kérdésre. A válaszadók (a magukat vásárlóknak vallók) 97,5%-a azon a véleményen van, hogy a biotermékek jótékony hatással vannak egészségünkre. Ezek szerint az egészséggel kapcsolatos információk, reklámok eljutnak a közönséghez.



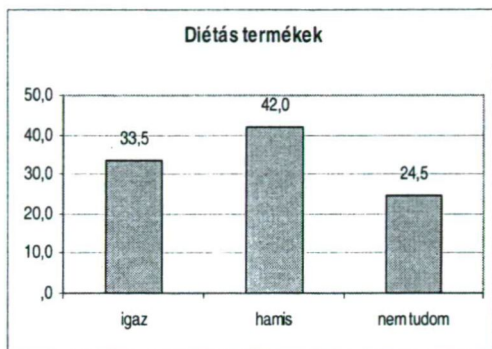
4. ábra. Válaszok gyakorisága (1)



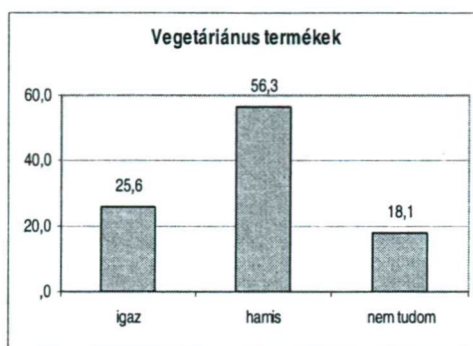
5. ábra. Válaszok gyakorisága (2)

A legkevesebb helyes válasz (65%) a független ellenőrző szervvel kapcsolatos kérdésre érkezett. A standard alapján való gyártással kapcsolatos kérdésre is kevesebben (74%) adtak jó választ, mint általában a többi kérdésre.

Az ízeket tekintve a megkérdezettek kicsit több mint fele (55%) véli úgy, hogy a biotermékek ízletesebbek a konvencionális termékeknél. 34%-uknak azonban határozott negatív véleményük van e téren. Legyünk azonban óvatosak, mert mint kiderült, a többség valójában nincs tisztában azzal, hogy mely termékek biók, és melyek nem.



6. ábra. Válaszok gyakorisága (3)



7. ábra. Válaszok gyakorisága (4)

A kinézetet tekintve közel sem jó a megítélés. A megkérdezettek 71,5%-a kevésbé esztétikusnak ítéli a biotermékeket a konvencionális termékekénél, és csak 19% tartja jobb kinézetűeknek őket. Erre egy lehetséges magyarázat az lehet, hogy a biotermékek éppen a különböző állag- és kinézet javító adalékok hiánya miatt biók. A „nem tudom” válaszok aránya és száma is szolgálhat információkkal (4. táblázat).

A különböző kérdésekre különböző arányban érkeztek „nem tudom” válaszok. Az 4. táblázat alapján láthatjuk, hogy a „független ellenőrző szerv”, a „diétás termék” és a „hozzáadott cukor” témájú kérdések esetén volt a legmagasabb a bizonytalanok aránya.

4. táblázat. A „nem tudom” válaszok gyakoriság állításonként

Kérdések	NEM TUDOM válaszok gyakorisága	NEM TUDOM válaszok aránya
Egy független tanúsító szerv rendszeresen ellenőrzi a termelési folyamatot.	49	24,5%
Diétás élelmiszerek.	49	24,5%
Nem tartalmazhatnak hozzáadott cukrot.	46	23,2%
Vegetáriánus élelmiszerek.	36	18,1%
Vitaminnal dúsított élelmiszerek.	34	17,3%
Egy szabványrendszer alapján termelik.	29	14,5%
Egy embléma segítségével azonosíthatóak.	26	13,0%
Nem tartalmaznak génmanipulált alkotóelemeket.	23	11,5%
Ízletesebbek a szokásos élelmiszereknél.	22	11,0%
A biozöltségek, -gyümölcsök gyakran nem esztétikusak.	19	9,5%
Környezetkímélő feltételek között vannak termelve.	19	9,5%
A termelési folyamatban nem használnak mesterséges gyomirtót, rovarirtót, műtrágyát.	13	6,4%
Pozitív hatással vannak az egészségre.	1	0,5%

A legkevesebb „nem tudom” válasz (mindössze 1 db) az egészséggel kapcsolatos kérdésre érkezett. Ebben az esetben tehát a mintabeli személyeknek határozott (pozitív) véleményük van.

A megkérdezett személyek próbáltak minél inkább igazzal vagy hamissal válaszolni, kerülve a „nem tudom” válaszokat. A megkérdezettek többsége (38,1%-a) egyáltalán nem adott „nem tudom” választ. 29,2%-uk egyetlen „nem tudom” választ adott, 15,8%-uk kettőt, 10,9%-uk hármat, 3%-uk négyet, 1,5%-uk ötöt, 1%-uk hatot, és csupán 0,5%-uk adott hét NT választ.

Ez első látásra azt jelenthetné, hogy a válaszolók tájékozottak a biotermékek terén, és emiatt nem szorultak a „nem tudom” válaszlehetőségre. Azonban ezt a feltételezést a magas arányú téves válaszok cáfolják. Én e helyett hajlunk azt feltételezni, hogy az emberek inkább tippelnek, mintsem elismernék, hogy nincsenek tisztában a témával. Vagy tényleg azt hitték, hogy jól válaszolnak, azokban az esetekben, amikor hibás feleletet adtak.

Következtetések

Romániában, bár a biogazdálkodás egyre elterjedtebb, valamint a nagyobb városokban is már nyílnak a bioboltok, az átlagos fogyasztó igen hiányos vagy téves információkkal rendelkezik a termékcsoporttal kapcsolatosan. A Kolozsváron végzett kutatásunk egyik megállapítása az, hogy a magukat biotermék fogyasztónak tartó személyek jórésze nincs tisztában a biotermékek objektív követelményrendszerével, valamint összetéveszti ezen termékeket más, részben hasonló előnyöket kínáló termékekkel. A megkérdezettek közel háromnegyede a gyengén tájékozott vagy tájékoztatlan kategóriába sorolható. A kedvezőtlen eredmény a tévhitekkel kapcsolatos állítások erősítik. Ez a célzott és specifikus információhiánynak tulajdonítható. Az eredmény arra enged következtetni, hogy a gyakran diétás, természetes és funkcionális élelmiszerekkel együtt értékesített bioterméket szinte nem is tudják megkülönböztetni a fogyasztók. Ezt alátámasztja az a tény is, hogy azoknak, akik egyáltalán hallottak a biotermékekről, közel 60%-a nem ismeri a sajátos „ea” biotermék azonosító emblémát sem.

A kutatás további mozzanataként javasolt felépíteni a megállapított tájékozottsági kategóriák demográfiai és bio-fogyasztói magatartási profilját.

A kutatás korlátaiként megemlíthető a mintanagyság, illetve mintaösszetétel. A szakirodalom tanúsága szerint valamilyen módon körvonalazható egy fogyasztói profil, ami nem feltétlenül a hagyományos demográfiai változókkal jellemezhető. Érdemes lenne más változók általi kvótás mintavételt alkalmazni. Továbbá a válaszadók válaszsoraiból, gondolunk itt főként a nyílt és ellenőrző kérdésekre, úgy tűnik, hogy nincsenek tisztában a biotermékek jellemzőivel, vagy valótlan állítanak, vagy maguknak mondanak ellent. Annak felderítésére, hogy mi is van a fogyasztók fejében a bioélelmiszerekkel kapcsolatosan, érdemes lenne mélyinterjúk segítségével vizsgálni. Ez alapot adna egy jobb, a megkérdezettek számára konkrétabb kérdőív kidolgozásához, illetve magyarázatot megválaszolatlan kérdésekre.

Irodalomjegyzék

- [1] Essoussi L. H., Zahaf M. (2008): Decision making process of community organic food consumers: an exploratory study, *Journal of Consumer Marketing*, 25/2, 2008, pp. 95–104.
- [2] Fotopoulos C., Krystallis A. (2002): Organic product avoidance. Reasons of rejection and potential buyer's identification in a countrywide survey, *British Food Journal*, 2002, Vol. 104 No. 3/4/5, pp. 233–260.
- [3] Fotopoulos C., Krystallis A. (2002): Purchasing motives and profile of the Greek organic consumer: a countrywide survey, *British Food Journal*, 2002, Vol. 104 No. 9, pp. 730–765.
- [4] Fürediné Kovács A., Gelencsér M., Miklay G. (2006): A magyar ökoélelmiszerek iránti kereslet az ökopiacon és a szupermarketekben vásárlók körében, Magyar Biokultúra Szövetség, Budapest.
- [5] Honkanen P., Verplanken B., Olsen S. O. (2006): Ethical values and motives driving organic food choice, *Journal of Consumer Behaviour*, Sept-Oct, 2006, pp. 420–430.
- [6] Makatouni A. (2002): What motivates consumers to buy organic food in the UK?, *British Food Journal*, 2002, Vol. 104 No. 3/4/5, pp. 345–352.

- [7] *Padel S., Foster C.* (2005): Exploring the gap between attitudes and behavior. Understanding why consumers buy or do not buy organic food, *British Food Journal*, 2005, Vol. 107 No. 8, pp. 606–625.
- [8] *Ritson C., Oughton E.* (2007): Food consumers and organic agriculture, Understanding consumers of food products, Woodhead Publishing Limited, Cammbridge, England, pp. 254–272.
- [9] *Shaw Hughner R., McDonagh P., Prothero A., Shultz II C. J., Stanton J.* (2007): Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food, *Journal of Consumer Behaviour*, Mar-Jun, 2007, pp. 94–110.
- [10] *Ureña F., Bernabéu R., Olmeda M.* (2008): Women, men and organic food: differences in their attitudes and willingness to pay. A Spanish case study, *International Journal of Consumer Studies* 32, 2008, pp. 18–26.
- [11] *Zanoli R., Naspetti S.* (2002): Consumer motivations in the purchase of organic food – A means-end approach, *British Food Journal*, Vol. 104 No. 8, 2002, pp. 643–653.
- [12] *** Román Mezőgazdasági, Erdőgazdálkodási és Vidékfejlesztési Minisztériuma, www.madr.ro
- [13] *** Romania. Organic Products. Organic Agriculture in Romania 2008, USDA Foreign Agricultural Service, GAIN Report, 02.07.2008.
- [14] *** The world of organic agriculture – statistics & emerging trends 2008, International Federation of Organic Agriculture Movements, Germania și Research Institute of Organic Agriculture, Elveția.

DAN CRISTIAN DABIJA–MONIKA A. ALT–IOANA N. ABRUDAN:^{*}
Empirical Considerations Regarding Consumers' Perception on an
Emerging Market. A Case Study on Retailers in Romania

Abstract

Both on their home markets, as well as on the emerging ones – the case of Cluj-Napoca, Romania – European retailers face a new situation, by excellence a challenging one. On the one side, the competitive market has been in a continuous and constant expansion for several years and on the other side consumers become more and more sophisticated and choosy. Based on the accumulated experience they not only change their demands towards retailers, but also their perception of them.

The present paper pursues a clear delineation through an empirical research of the elements or the facets of the marketing mix in a retail context. As it is already known, retailers use a specific mix in order to better position themselves on the market. As we shall prove, consumers are also able to ultimately perceive the factors by means of which retailers try to influence them, respectively to act over them.

Introduction

If the production company usually has at its disposal four marketing instruments through which it can influence consumers' perception, a service firm may rely upon five and seven or even nine such elements (Meffert et al. 2008, pp. 399–410). Meanwhile, a retailer can rely upon several specific marketing instruments (Dabija, Abrudan, Alt 2009). From the classical mix, retailers have taken out the price and communication policies, the latter being actually very efficiently exploited. Retailers promote their image both through the “above-the-line” and the “below-the-line instruments” (Esch et al, 2006 pp. 85–102). Besides assortment, retailers promote their image through the private label policy. “Private labels”, “private brands” or “private label brands” help them anchor their store names or store brands in consumers' minds. The location policy also plays an important role in retail. Choosing to erect the store inside residential areas or at the periphery may have a crucial role both on quantitative (market share, profit, turnover), and qualitative indicators (satisfaction, loyalty, return, repurchase, increase of the acquisition frequency).

Another instrument relevant to retailers is the in-store-management or the interior design policy. Increasing the comfort, highlighting the beauty or some attractive visual elements, offering a selling space where the consumers feel free are a few of the strategies that may be used by retailers.

Last but not least, personnel service policy represents another very important element in retail. It helps a retailer enter in direct contact with consumers, influence them, advise them, help them and implicitly contribute to the proper establishment of the “retail brand”, “store image” or “store personality” (Ailawadi, Keller 2004, pp. 331–342; Martineau 1958, pp. 47–55).

Operationalization

In order to investigate if the described retail marketing mix policies are correctly perceived by consumers we have previously operationalized six instruments based on the literature review. We have joined within the assortment policy the private labels, due to the fact that in similar studies such private brands are not taken into consideration apart from

^{*} Faculty of Economics and Business Administration Babeş-Bolyai University Cluj-Napoca.

the assortment. Furthermore, we argue that consumers may not differentiate very precisely the producers' brands and retailers' own brands. We have not included in our study the perception of the loyalty programs due to the fact that only a few retailers focus on their market development strategy on retailers customer cards (Angst, Cora), on bonus points (from time to time Billa) or on other cooperation programs with several partners such as "Card Avantaj" (see Dabija 2008, pp. 241–245).

Table 1 offers a good overview on the used operationalization for the six retail marketing mix instruments.

Furthermore we must point out that our research has been exclusively conducted on two cash & carry stores (Metro and Selgros), two discounters (Profi and Plus), four hypermarkets (Auchan, Carrefour, Cora, Real), one neighbourhood stores chain (Oncos) as well as several local convenience stores of different sizes) and two supermarkets (Billa and Kaufland). We have considered Kaufland as being a supermarket and not a hypermarket, due to the fact that in the area where we have conducted our research (Cluj-Napoca) the surface and the assortment depth and width are about the same as those of Billa.

Table 1. Operationalization of constructs

Assortment	The assortment at the store X is very good	Good assortment
	At the store X I can find all the products I need very easily	One-stop-shopping
	The products are always available at the store X	Products availability
	The quality of the products sold at X is always very good	Good assortment quality
	The store X offers plenty of own brands	Private labels
In-Store-Management	I like the store layout at X very much	Attractive environment
	I can find my way around easily at my nearest X branch	Easy to shop
	The shopping atmosphere at the X store is very pleasant	Pleasant shopping environment
	The X store is always very clean	Clean shop
	Shopping at store X is nice and convenient	Convenient acquisitions
Price	I think the prices at the X store are always reasonable	Price acceptance
	I find that most products are offered at favourable prices over a long period	Steady prices
	I find the price/performance ratio very good at the X store	Good price / performance ratio
	A buying reason is price reductions at several articles (fresh products)	Price reductions
	I find the special offers by the X store very attractive	Special offers
Communication	Compared to its competitors, the X store has a good price level	Price level compared to competitors
	Store X often sends promotional materials (brochures, newspapers)	Media presence
	The X store has excellent advertising	Good advertising
	I often see advertising coming from store X	Frequent advertising
	Advertising for the X store is very informative	New advertising content
Service	The way store X communicates has a strong impact on me.	Personal communication
	In addition to typical information, advertising by store X also provides additional information on the firm	Other information
	Service is good at store X	Good service
	Store X is open 24 hours a day	Shopping hours
	A reason for shopping at store X is the fact that I do not have to pay for packaging	Packaging of acquisitions
Location	Shopping baskets are always available and in a good condition	Physical facilities
	Staff is properly trained and qualified	Qualified personnel
	Waiting lines at checkouts are very rare	Rare checkout waiting times
	Staff is friendly and kind	Friendly personnel
	I often shop at store X due to product return facilities	Product return facilities
	It is very attractive to pay with the credit card	Paying facilities
	Location of store X is optimum	Optimum location
	I prefer shopping at store X due to the fact that I also find here other shops	Other shops
	At store X I also find a fast-food	Other food units
	Shop X has a branch near my living / working area	Spatial proximity

Methodology

The questionnaire made up of six retail marketing instruments was administered in 2008 with the help of about 100 students in a major Romanian city – Cluj-Napoca. Based on a quota sampling on age and sex of the urban consumers according to the Romanian Statistical Yearbook, each interviewer had to approach 30 consumers in various locations (parks, public places, schools/ universities, consumers' homes or in front of the shops).

Quota sampling is specific especially to empirical researches such as personal or telephone interviews. In such cases it is enough to know only little relevant information regarding the investigated population. In fact, when using quota sampling the deviation between the characteristics of the initial population and the obtained sample must be as small as possible (Homburg, Krohmer 2003, p. 228; Pop 2004, pp. 86–88). Using this technique we have not been able to determine any significant deviations between the initial population and the resulted sample.

Table 2. Location of the interview

Location	Frequency	Percent (%)
At work	400	18.9
In front of stores	244	11.5
Market/ Public spaces	51	2.4
Parks	219	10.4
Street	466	22.0
Schools/ universities	24	1.1
Consumers' homes	711	33.6
Total	2115	100.0

In total, there have been obtained about 2.500 questionnaires, out of which 2.115 valid ones. Questionnaires with more than 10% missing data have been excluded due to the fact that in cases with missing data the used econometric software may generate inaccurate results. The distribution of answers between the described retailers is shown in *table 2*:

Table 3. Valid questionnaires on retail formats and retailers

Format	Retailer	Frequency	Percent
Cash & carry	Metro	135	6,4
	Selgros	60	2,8
Discounter	Plus	113	5,3
	Profi	97	4,6
Hypermarket	Auchan	271	12,8
	Carrefour	143	6,8
	Cora	269	12,7
	Real	176	8,3
Neighbourhood	ABC	191	9,0
	Oncos	101	4,8
Supermarket	Billa	165	7,8
	Kaufland	394	18,6
Total		2115	100,0

In order to see to what extent Romanian consumers are able to distinguish between the six retail marketing mix instruments an exploratory factor analysis has been made with SPSS 16.0. Therefore we have used the Principal Axis Factoring as well as the Oblimin Rotation Method as recommended by the literature (Walsh, Beatty 2007, pp. 127–143). Each emerged factor has to reflect as much as possible from the variance of the variables. By that, it means that each factor has to explain as accurate as possible the studied phenomenon (Backhaus et al. 2006, pp. 259–274; Plăiaș et al. 2008, pp. 558–560).

Factor analysis is used in order to “identify” in the empirical research a new model structure that can later on be confirmed or rejected with the help of the confirmatory factor analysis. As recommended, confirmatory factor analysis can be run with the special econometric software AMOS or Lisrel (Kuß 2007, pp. 253–256). The proper naming of the extracted factors depends on the one who runs the analysis.

In our case, the items of each of the extracted factors have been written down in the decreasing order of their factor loadings.

Results and discussions

Although operationalized, some of the items did not load well on a certain factor or their loading was unclear. In fact, we have eliminated from the analysis those items which, according to the technical literature (Backhaus et al. 2008, pp. 336–338; Nunnally, Bernstein 1994, p. 139):

- Display values under 0.4: Spatial proximity, Paying facilities, Store cleanliness;
- Load strongly on two or more factors: Private labels, Attractive environment, Price reductions.

Although the remaining items load as expected on six factors for the six operationalized retail marketing instruments, at a first look the factors are a little bit difficult to be interpreted adequately. In our opinion a first concern is given exactly by the items that load on the first extracted factor. Unfortunately the items that build it are characteristic both for assortment (“Very good assortment”, “One stop shopping”, “Very good quality of the products” or “Product availability”) and in-store-management (“Convenient acquisitions”, “Pleasant shopping environment” and “Easy to shop”).

In this context we wonder whether the results are accurate or not or if the Romanian consumer does really manage to differentiate very clearly between assortment and store’s environment. We believe that the present situation could be in fact explained by the fact that due to the novelty of the studied retail formats (hypermarkets, supermarkets, and discounters) the Romanians are not yet able to make a clear distinction between assortment and in-store-management. It might also be possible that this mismatch of perceptions on assortment and store’s environment is the retailers’ fault. They have not succeeded in all these years in making a clear position through assortment and in-store-management. The second factor that is very clearly shaped is that of the communication policy in retail. As we have stated when theoretically approaching this policy, the new retailers who have entered the Romanian market have focused strongly on the adequate communication with customers as well as on the increase of their awareness among target segments.

Compared to similar researches done in the Anglo-American (Hansen, Deutscher 1977–1978, p. 65) or the European retail (Morschett et al. 2006, pp. 275–287) that have not been successful in revealing the significance of retailers’ location in consumers perception, our present research succeeds in separating this retail marketing mix element. We consider the situation as being logical, due to the fact that convenience stores or proximity ones, as well

as discounters or hypermarkets are located in the proximity of large residential areas. Furthermore, neither cash & carry stores nor hypermarkets have been built far-away from consumers' households. Some of them, such as the hypermarkets Auchan or Carrefour, are located within two shopping centres (Iulius Mall and Polus Center).

Table 4. Structure Matrix of the Exploratory Factor Analysis

Factors	1	2	3	4	5	6
Convenient acquisitions	0.717					
Pleasant shopping environment	0.691					
Very good assortment	0.663					
One stop shopping	0.638					
Assortment quality	0.615					
Easy to shop	0.603					
Product availability	0.534					
Advertising frequency		0.855				
New advertising content		0.845				
Good advertising		0.820				
Media presence		0.707				
Other information		0.649				
Personal communication		0.643				
Optimal location			0.878			
Other food units			0.800			
Other stores			0.755			
Friendly personnel				0.843		
Good service				0.828		
Qualified and competent personnel				0.716		
Rare checkout waiting times				0.501		
Always acceptable price					0.757	
Good price / performance ratio	0.416				0.750	
Steady prices					0.716	
Price level compared to competitors					0.683	
Special offers					0.632	
Packaging of acquisitions						0.562
Shopping hours						0.547
Physical evidences						0.525
Product return facilities						0.513

Extraction Method: Principal Axis Factoring; Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization

In the case of price (factor five) we notice the importance of an acceptable price level, as well as its consistency in time. As expected, the variable that stands for the price/performance ratio loads on two factors. It is more than obvious that this factor depends a lot on both assortment and price. However, the price influence is greater.

It seems to us that the fact that service policy is perceived through its two facets is very interesting. On the one hand consumers distinguish factor four (personnel service), and on the other hand factor six (physical evidences policy). With the policy of physical evidences

the retailer manages to get in touch with the target segments. Even though the “product return facilities” might be a service item characteristic to personnel service, we appreciate that its inclusion among physical facilities is much better justified.

Conclusions and limitations

The present research aimed at bordering the way in which Romanian consumers succeed (or not) in perceiving adequately the retail marketing mix instruments. Retail marketing mix is used by retailers in order to influence consumer behaviour. Although we wanted to delineate by exploratory factor analysis the six retail marketing mix instruments highlighted by the technical literature, the results show that at least at the moment our research was carried out the consumers were not able to make a clear distinction between assortment and in-store-management.

However, they were able to distinguish the two facets of the service policy, namely the personnel service through staff and the policy of physical evidences. We consider that the obtained results are very encouraging; still, further research might also be carried out. Such efforts would have to consequently better separate the retail marketing mix elements, respectively to avoid some of the next limitations of our research:

- Disproportionateness of the valid questionnaire number on each store (see table 3) or retail format. This fact is a little bit difficult to pursue, due to the unequal number of stores in each category. In Romania we have only two cash & carry stores, but several supermarkets such as Billa, Kaufland, Carrefour Express, Spar, Mega Image or hypermarkets Auchan, Carrefour, Cora, Real, Pic. Due to the fact that the Cluj-Napoca market is still an emerging one and not all retailers present in Romania managed to open a location in the studied city, further research has to be conducted. As a matter of fact Carrefour Express intends to open a branch here the next month.
- Several local retailers have been put in the category of neighbourhood stores. We deem appropriate to make in upcoming research a more adequate separation of retail chains, especially for those who own at least five branches at regional level or two – three units in one location. All neighbourhood stores have been gathered until present in a general category.

Furthermore we think that another important aspect that shall be pursued in future research regards the influence of shopping centres on retailers that opened in their proximity. Future research should also try to better highlight the way in which retail marketing mix instruments influence the loyalty among consumers or even the success of each retailer. An appropriate outline on retail formats, stores or even years of research (longitudinal study) seems in our opinion to be not only relevant, but also very significant.

References

- Ailawadi K. L., Keller K. L. (2004): Understanding Retail Branding: Conceptual Insights and Research Priorities, in *Journal of Retailing*, Year 80, Nr. 4, pp. 331–342.
- Anselmsson J. (2006): Sources of Customer Satisfaction with Shopping Malls: A Comparative Study of Different Customer Segments, in *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Year 16, Nr. 1, pp. 115–138.
- Backhaus K., Erichson B., Plinke W., Weiber R. (2008): *Multivariate Analysemethoden*, 12th Edition, Springer Berlin.

- Chowdhury J., Reardon J., Srivastava R.* (1998): Alternative Modes of Measuring Store Image: An Empirical Assessment of Structured Versus Unstructured Measures, in *Journal of Marketing Theory and Practice*, Year 6, Nr. 2, pp. 72–86.
- Dabija D. C., Abrudan I. N., Alt Monika Aneta:* Retail marketing instruments – An analytic approach in *The Young Economists Journal* (article under review).
- Dabija D. C.* (2008): Empirical Insights into the perception of customer cards as a new customer loyalty instrument in Romania Retail Firms, in Brătianu C., Lixândroiu D., Pop N. A. (Ed.), *Business Excellence, Special Issue of Review of Management and Economical Engineering*, Year 7, Nr. 6, pp. 241–245.
- Esch F. R., Kriger K. H., Strödter K.* (2006): Durchbrechen des Gewohnten durch Below-the-Line Maßnahmen, in Bruhn M., Esch F. R., Langner T. (Ed.), *Handbuch Kundenkommunikation: Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzung*, Gabler, pp. 85–102.
- Hansen R., Deutscher T.* (1977/1978): An Empirical Investigation of Attribute Importance in Retail Store Selection, in *Journal of Retailing*, Year 53, Nr. 4, pp. 59–74.
- Homburg C., Krohmer H.* (2003): *Marketingmanagement*, Gabler, Wiesbaden.
- Kuß A.* (2007): *Marktforschung, Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse*, Ediția a doua, Gabler, Wiesbaden.
- Martineau P.* (1958): The Personality of the Retail Store, in *Harvard Business Review*, Year 36, Nr. 1, pp. 47–55.
- Meffert H., Burmann C., Kirchgeorg M.* (2008): *Marketing – Grundlagen Marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele*, Ediția a zecea, Gabler, Wiesbaden.
- Morschett D., Swoboda B., Schramm-Klein H.* (2006): Competitive Strategies in Retailing – An Investigation of the Applicability of Porter's Framework for Food Retailers, in *Journal of Retailing and Consumer Services*, Year 13, Nr. 4, pp. 275–287.
- Nunnally J. C., Bernstein I. H.* (1994): *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New-York.
- Plăiaș I.* (Ed.) (2008): *Cercetări de marketing*, Risoprint, Cluj-Napoca.
- Pop M. D.* (2004): *Cercetări de marketing*, Alma Mater, Cluj-Napoca.
- Teas K.* (1994): Retail Services Image Measurement: An Examination of the Stability of a Numerical Comparative Scale, in *The International Review of Retailing, Distribution and Consumer Research*, Year 4, pp. 427–442.
- Walsh G., Beatty S. E.* (2007): Customer-Based Corporate Reputation of a Service Firm: Scale Development and Validation, in *Journal of the Academy of Marketing Science*, Year 35, Nr. 1, pp. 127–143.
- Westbrook R. A.* (1981): Sources of Consumer Satisfaction with Retail Outlets, in *Journal of Retailing*, Year 57, Nr. 3, pp. 68–85.
- Yoo B., Donthu N.* (2002): Testing Cross-Cultural Invariance of The Brand-Equity Creation Process, in *Journal of Product and Brand Management*, Year 11, Nr. 6, pp. 380–398.

DR. PHD SZABÓ GYÖRGY:^{*}

Reprezentatív marketing – versenyképességi pillanatkép 2009-ben a magyar kis- és középvállalatok körében

Abstract

Carried out recently Companies' competitiveness is a central subject worldwide for economic development. It is a vital issue for today's Hungarian small and medium enterprises as the driver for future competitiveness. With the knowledge about companies' competitiveness one can determine aspects and preferences for developing competitiveness. The study that has been but has not been closed yet in 2009^{**} serves as an informative basis for the analysis of the situation, in order to allow Hungarian firms' positions to be learnt and directions for development to be determined and clarified.

1. Bevezetés

A magyar kis- és középvállalatok körében, pontosabban a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara megyei és budapesti tagvállalatai, valamint a VOSZ, az IPOSZ tagvállalatai sokaságában reprezentatív, tervezetten legalább 1000 elemű vállalati mintában, 2009 július–szeptemberében, online kérdőívvel, webes adatbázis segítségével készült, illetve folyamatban lévő felmérés. A vállalati versenyképesség egyik központi témáját, a marketing-tevékenységek, magatartások, aktivitások területét, aktuális állapotát vizsgálta/vizsgálja.

2. Kutatási módszerek, körülmények, feltételek

A kérdőív három tematikus blokkban (A – globális, általános versenyképességi tényezők; B – a marketingmagatartás versenyképességi faktorai; C – objektív adatok, szegmendum jellemzők), összesen 99 egyszerű kérdést tartalmaz. A kérdőív sztenderdizált tematikában, hét fokozatú, verbális skálaértékkel, egy-egy kizárólag zárt típusú állapotkérdést, és egy alternatív fejlesztési szándékkérdést tartalmaz, a kutatási célra figyelemmel, főként a marketingtevékenységek területén, hipotézismezőnként 4–5 kérdésben. A kérdőív BCE (2004), Porter (2005), Kadocsa (2006), Józsa et al. (2002), Kim et al. (1999), Sanghpet (2002), Chikán et al. (2002) alapján készült. A kutatás 12 hipotézismezőre/hipotézis-alternatívára keres választ, részleteiben a következőkre:

A versenyképességi tényezők között a marketing terület súlya (H1), a marketing paradigmaváltozásának érzékelhetősége (H2), a kétféle marketing alapirányultság alkalmazásának időszerűsége (H3), a piacmegismerés általánosan használt módszerei (H4), a controlling gyakorlat helyzete a vállalati marketingben (H5), a marketingeszköz mix alkalmazott eszközei (H6), az alkalmazott marketingeszközök eredményességi mérési módszerei (H7), a divatos, sztereotip eszközmegoldások elterjedtsége (H8), a marketingstratégia és a vállalati stratégia kapcsolata (H9), a marketingstratégia megtestesülése, hatásossági fok

^{*} Docens, óraadó – Zsigmond Király Főiskola, Budapesti Műszaki Főiskola.

^{**} A jelenlegi tanulmány nem reprezentatív, csupán az első 80 beérkezett válasz gyors áttekintő elemzésére épül. A kutatócsoport tagjai: Dr. Kadocsa György, Krucsay Attila, a ZSKF és a BMF végzős hallgatói, Dr. Szabó György.

(H10), a marketingmagatartás finanszírozási megoldásai (H11), a marketingráfordítás/-eredmény viszony, ráfordításkonceptiók (H12).

A kérdőív egy kérdésének-válaszának, konkrét webes megjelenési formája (Krucsay 2009) látható a következő kérdéssablonban.

1. táblázat. A kérdőív web-es megjelenési formája

A) kérdéskör 19 kérdés

Az Önök cégénél más cégek tevékenységével összehasonlítva, mennyire fontosak a következő versenyképességi tényezők, az eredményes - sikeres működéshez?

Teljesen lényegtelen	Lényegtelen	Nem fontos, de nem is lényegtelen	Kis mértékben fontos	Közepesen fontos	Fontos	Nagyon fontos
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5	<input type="radio"/> 6	<input type="radio"/> 7

ABL. A versenytársakénál alacsonyabb ár?
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7
☐ Ez a terület saját szervezetében fejlesztésre szorult

Forrás: Krucsay 2009

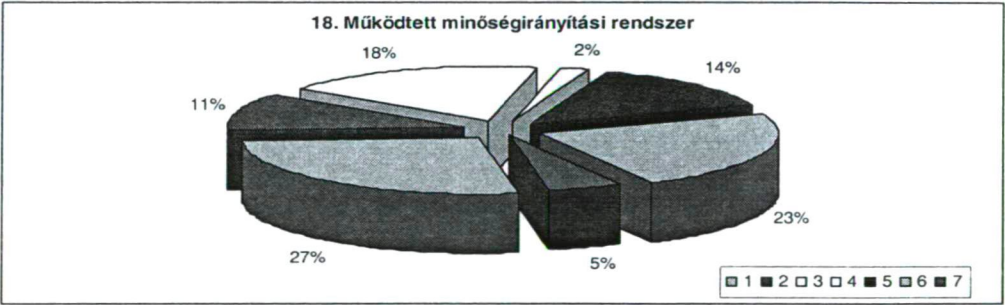
Egy kérdés feldolgozási szektort pedig a következő egyszerű, Excel-táblázat-rész, illetve ábra mutat.

2. táblázat. Egy kérdés válaszolás – feldolgozási szektor

Az Önök cégénél más cégek tevékenységével összehasonlítva, mennyire fontosak a következő versenyképességi tényezők, az eredményes - sikeres működéséhez?

							(meg- oszlás %)	
18. Működtetett minőségirányítási rendszer								
Teljesen lényegtelen a vállalat számára	Lényegtelen	Nem fontos, de nem is lényegtelen	Kis mértékben fontos	Közepesen fontos	Fontos	Nagyon fontos a vállalat számára	Σ	Polaritás profil érték
1	2	3	4	5	6	7		
27	11	18	2	14	23	5	100	2,2

Forrás: Szabó 2008, 2009



1. ábra. Egy kérdés válaszainak egyszerű interpretálása

(Forrás: Szabó 2008, 2009)

A feldolgozás egyszerűsége – mint időközben kiderült – hasznos is lehet, a kutatási eredmények későbbi prezentációjára a vizsgált vállalati körben.

3. Kutatási eredmények

3.1. A vállalati versenyképesség általános, globális, tényezői (H1)

Az első hipotézismezőről összefoglalva elmondható, hogy a marketingtevékenység nagyjában-egészében a versenyképességi faktorraletta közepén foglalhat helyet. Az a hipotézisfelvetés, miszerint a marketingterület a versenyképességi preferenciarendszer vége felé pozícionálna, valószínűleg nem helytálló. A versenyképességi területekre vonatkozó fejlesztési szándékok egyáltalán nem regisztrálhatók, ami a vállalati működés „stratégia nélkülségét” tükrözheti vissza.

3.2. A marketing paradigmaváltozás érzékelhetősége a kkv-nál (H2, H3)

A marketing paradigmaváltás hipotézismezőről elmondható, hogy helytállónak látszik az a hipotézis, miszerint a kisvállalatok körében 2009-ben a paradigmaváltás valóságos jelei egyáltalán nem tapasztalhatók, a paradigmaváltás jellemzően még nem időszerű, és ez jelentős marketing ismereti tudáshiány háttérrel párosul.

3.3. A piacmegismerés általánosan használt módszerei (H4)

A piacmegismerés alkalmazott módszerei is meglehetősen egyértelműen tükrözik a stratégia nélkülség hiányát, a folyamatos piackövetés, piacfigyelés formalizált felületességét. Sajnos e hipotézismezőről is azt kell mondanunk, hogy teljes egészében e tevékenység hiányában navigálnak a vállalatok az általuk elképzelt, megcélzott sikeresség felé.

3.4 A controlling gyakorlat helyzete a vállalati marketingben (H5)

A hipotézis egy mondatral megválaszolható. A vizsgált vállalati körben nincs controllinggal foglalkozó szervezet, ill. szakember, és a controlling módszerei ebből fakadóan a marketing tevékenységre sem terjednek ki. A megkérdezett vállalatok mintegy 95%-a tartotta e tématerületeket a versenyképesség szempontjából teljesen lényegtelennek – lényegtelennek.

3.5. A marketingeszköz-mix alkalmazott eszközei (H6)

A hipotézismezőről összefoglalva elmondható, hogy az alkalmazott eszközmix meglehetősen egyoldalú, kevés számú elemet tartalmaz, fejlesztési szándékok sem tapasztalhatók a 4P rendszerkörben. Az alkalmazott „mix” rendszer belterjesen öntörvényű. Erre utal, hogy a marketing feladatok megoldására differenciált eszközöket nem használnak, és a versenytársak által alkalmazott eszközöket sem preferálnak (50–65%-os teljesen lényegtelen–lényegtelen válaszarány).

3.6. Az marketingeszközök eredményességi mérési módszerei (H7)

A vállalatok nem használnak a marketing eredményességének mérésére semmilyen eszközt. Ezt mutatja, hogy a marketing teljesítmény/ hatékonyság folyamatos mérése, és az eredményesség mérésére, megítélésére mutatószámok használata 6–70%-ban teljesen lényegtelen–lényegtelen a vállalatok számára.

3.7. A divatos, sztereotip eszközmegoldások elterjedtsége (H8)

A hipotézisre egyértelmű nem választ adhatunk. A vállalatok egyáltalán nem használnak divatos, sztereotip megoldásokat a különböző marketing feladatok megoldásánál. A marketing e vállalati körben megegyezik a reklámmal, és a reklámon kívül a vállalatok más piacaktivizáló eszközt nem használnak (40%-os teljesen lényegtelen – lényegtelen véleményytér).

3.8. A marketing stratégia és a vállalati stratégia kapcsolata (H9, H10)

A hipotézismező képe rendkívül ellentmondásos. A vállalatok mintegy 40%-a szerint fontos – nagyon fontos, hogy legyen a vállalatnak írásban megfogalmazott stratégiai terve, írásban rögzített üzleti terve, írásban rögzített küldetése, megfogalmazott missziója. A vállalatok 60%-a viszont ezt nagyjából egyenletes eloszlásban tartja teljesen lényegtelennek–lényegtelennek–nem fontosnak, de nem is lényegtelennek.

3.9. A marketingmagatartás finanszírozási megoldásai (H11)

A hipotézismezőt az jellemzi, hogy az egyes marketing akciók – már persze ha feltételezzük, léteznek ilyenek – finanszírozásáról a vállalatok esetenként döntenek, ha egyáltalán dönteniük szükséges.

3.10. A marketing ráfordítások és eredmények számszerűsítése, ráfordítás-koncepciók (H12)

A marketing ráfordításokat és e tevékenységek eredményeit a vállalatok egyáltalán nem számszerűsítik, ilyen mutatószámokat nem használnak, mint ez az előzőekből kiderült. A vállalatok annyit költenek marketingre amennyi az előző időszak alapján lehetséges.

4. Következtetések, javaslatok

H1. Mivel a marketing tevékenység nagyjában-egészében a versenyképességi faktorpalletta közepén foglalhat helyet, a marketing felfogású vállalatvezetés kisvállalati sikerpéldáit érdemes lenne feldolgozni, és megismertetni e vállalati körrel, akár pályázati/érdekvépviseleti programokban.

H2, H3. Előrelépés lehetne, az európai kis vállalatok paradigmaváltáshoz kötődő sikeres gyakorlatának felkutatása, és megismertetése e vállalati körrel, akár üzleti tapasztalat-cserék formájában. Vállalati fogadókésztséget jelenhetne a tapasztalt személyes eladások, és vevőkapcsolat-ápolás említett fontossága.

H4. A piacmegismerés sajátos hiányára tekintettel, jól alkalmazható, egyszerű modellek készítése e vállalati körnek, bizonyítva, hogy használatukkal több későbbi, vagy már előfordult piaci probléma, megelőzhető, megoldható.

H5. A vállalatvezetési felfogásban jelenleg a controlling nem is létezik. Adaptálható modellekkel segíteni az ún. „zsebmenedzsmentet”.

H6. Az alkalmazott eszközmix meglehetősen egyoldalú, kevés számú elemet tartalmaz, még a 4P rendszerkörben is. Érdemes lenne a teljes palettából kiemelni néhány olyan elemet, amelyek hiányos piacismeret, és marketing tudás mellett is sikeresen, egyszerűen alkalmazhatók.

H7, H11, H12. A vállalatok nem használnak a marketing eredményességi mérésére semmilyen eszközt. Ajánlható talán, egy szűkített mutatószám-csokor elkészítése és közreadása, nem tudományos jelleggel.

H8. A vállalatok egyáltalán nem használnak divatos marketing megoldásokat. Az ilyeneket áttekinteni, majd feldolgozás után közreadni, akár a szakmai szövetségek részvételével, ajánlásával, előrelépés lehetne.

H9, H10. E vállalati kör a stratégiát, a tervezést kifejezetten a sikeres működés akadályának látja. Célszerű lenne ráirányítani a figyelmet a stratégiai/marketing tervezés hasznosságára, érvelve, hogy alkalmazásukkal növekedhetne a sikeresség, csökkenhetne a működési problémahalmaz.

Irodalomjegyzék

- Budapesti Corvinus Egyetem, Versenyképesség Kutató Központ 2004, Fókuszban a verseny. BCE, Budapest.
- Chikán A., Czákó P., Zoltayné (2002): Vállalati versenyképesség a globalizálódó magyar gazdaságban. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Józsa L., Fam K., Merrilees B., Brito P. (2002): Retail Promotion Objectives: Evidence from New Zealand, Portugal and Hungary. Journal of Euromarketing, 11. 4. 5–26.
- Kadocsa Gy. (2006): A kisvállalkozások versenyképessége a közép-magyarországi régióban. V. Int. Konf. of MEB, Budapest.
- Kim W. Chan, Mauborgne R. (1999): „Strategy, Value, Innovation and the Knowledge Economy”. Sloan Management Review, 40. 3. 41–54.
- Krucsay A. (2009): Kérdőíves megkérdezés web-es felületen, SPSS előkészítéssel. Bláthy Ottó Titusz SZKI, Budapest.
- Porter M. E. (leader of the project) (2005): U.S. Council on Competitiveness. Washington D. C.
- Sangphet H. (2002): Enhancing marketing innovation through marketing knowledge transfer: An investigation of strategic alliances. Michigan State University, United States-Michigan.
- Szabó Gy. (2008): A marketing stratégia és a szervezeti magatartás paradigma-váltásának új versenyképességi lehetősége + magyar regionális pillanatkép 2008. VIII. Regionális Tanácsadói Konferencia „A lehetőségek újraértékelése a konvergencia program szorításában, Miskolci Egyetem, Miskolc.
- Szabó Gy. (2009): Kis- és középvállalatok versenyképessége marketing orientációban, Magyarországon, 2009-ben. ZSKF-BMF kutatási program.

BOLL ANIKÓ:^{*}

A vevőelégedettség biztosítása az önkormányzatoknál Marketing Controlling segítségével

Abstract

The city marketing is a method covering a big area and prevents the loss the competition marketability between the cities, and inside the office planning serves it. In this case is the city as a product, which can be marketable with an attractive and wide scale of supply, in this case, product like that, than everything else, which it is necessary to advertise and to sell with a conscious marketing strategy. The city is marketable and must to sell for his inhabitant, the tourist, the investors and then for a row of additional target group. "The company, who does not draw up his future, there hasn't future". (H. Ansoff). If the tourist returns, if the inhabitant lives with pleasure in the city and the investor settles down, he creates a workplace, we may talk about a satisfied customer then. The not profit-oriented organisations differ from the companies in it fundamentally, that here the primary one (strategic) targets not the increase of the profit acquisition, the property, but the direct satisfaction of one of the social-environmental requirement. His longer time a lasting economic crisis hurries the solution of those tasks only, which ones a big burden was imposed on the local governments till now. From a source standing for increasingly fewer provisions at what more have to be accomplished, otherwise the customer satisfaction is cancelled and the customer opts for an other product. The key of the business relationships working well on the long distance is customer satisfaction.

1. Bevezetés

A marketing tudomány egyik legfiatalabb dinamikusan fejlődő területe a városmarketing vagy más néven településmarketing. Már a század első felében is alkalmazták, főleg a nagy turisztikai vonzerővel rendelkező települések a reklámozás különböző módszereit. Az utóbbi években a nemzeti és nemzetközi szinten is felerősödő versenyszférában a „győzzön a job-bik” elmélet kezd megvalósulni. A helyi önkormányzati rendszer létrehozása látszólag kedvező alapot szolgáltat a településmarketing számára. Az 1990-es helyi önkormányzatokról szóló törvény szerint a települési önkormányzatok feladata a helyi közügyek megoldása. A változás oly nagy és drasztikus volt, hogy kevés település tudott élni a lehetőséggel, hatalmas mennyiségű feladat szakadt a települések nyakába, ugyanakkor nem rendelkeztek elégséges forrással az összes felmerülő feladat finanszírozására. A településpolitika prioritási sorrend-jének felállításában sokszor nem a megfelelő helyre sorolták be a településmarketinget.

2. Városmarketing és a vevőelégedettség

Minél jobban sikerül egy vállalatnak termékét, szolgáltatását a vevő elvárásainak megfelelő szintre emelnie, annál magasabb lesz a vevő elégedettség érzése, a tapasztalt szolgáltatási minőségen keresztül egyre valószínűbb a rentábilis vevő kapcsolat kialakulása. A

^{*} PhD-hallgató – Szent István Egyetem.

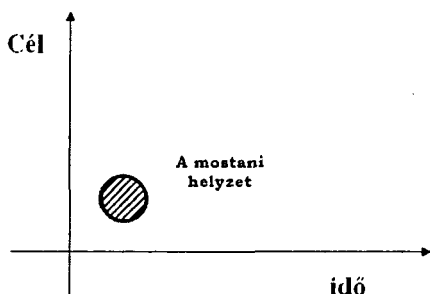
vevőelégedettség, a hosszútávú üzleti kapcsolatok kulcsa, mivel az elégedett vevő nem csak visszatér, hanem aktívan és passzívan is tovább ajánlja a terméket. Ahhoz, hogy a vevőelégedettséget növelni tudjuk, meg kell találni a vevő kívánságait és problémáit legmegfelelőbben feldolgozó módszert.

A mai napig nem létezik egy egységes tudományos konzisztencia a vevőelégedettség értelmezése kapcsán. A legtöbb kutató szerint az elégedettség a várt és átélt teljesítmény közötti diszkrepancia. Több szakirodalom említi, mely szerint vevőelégedettség akkor teljesül, ha a vevő általi elvárások teljesülnek.

A városmarketing egy széles területet lefedő eszköz, mely egyrészt a városok közötti versenybeli piacképesség elvesztését akadályozza meg, másrészt a hivatalon belüli tervezhetőséget szolgálja. Ebben az esetben a várost tekintjük terméknek, mely egy attraktív és széles skálájú kínálattal válik piacképessé, olyan termékké, mint minden más, amit tudatos marketingstratégiával kell reklámozni és eladni. A várost el lehet és el is kell adni a lakójának, a turistának, a befektetőknek és még egy sor további célcsoportnak. Ha a helyi lakos szívesen él a településen, a turista visszatér és a befektető letelepedik, munkahelyet teremt, akkor elégedett vevőről beszélhetünk. A nem profitorientált szervezetek alapvetően abban különböznek a vállalkozásoktól, hogy itt az elsődleges (stratégiai) cél nem a profitszerzés, a vagyon gyarapítása, hanem valamely társadalmi-környezeti igény közvetlen kielégítése.

A városmarketing nem más, mint egy piacorientált alap a régiófejlesztéshez. Piacorientált azt jelenti, hogy a piac résztvevőinek az érdekeit tartjuk szem előtt a terv kialakításánál és ne a moderátorét! A koncepció csak akkor hoz eredményt, ha a meghatározott intézkedések megvalósíthatók és minden szereplője kooperál.

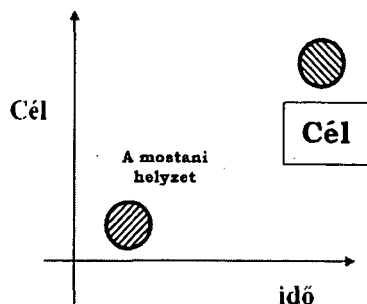
1. lépés: Helyzetelemzés



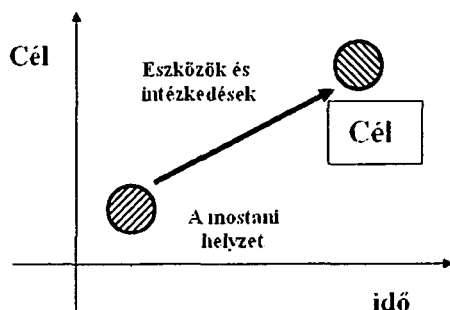
- A meglévő tanulmányok és beszámolók elemzése;
- Az egyes érdekeltségi csoportokkal Workshopokat levezetni.

2. lépés: A helyzetelemzésből adódó SWOT analízis alapján lehet a célokat meghatározni

- További információs anyagok gyűjtése;
- Lakossági és a diákok közötti kérdőíves felmérés levezetése.



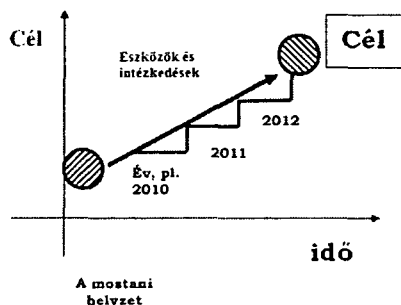
3. lépés: Egy hosszú távú marketingkonceptió feltételének a megteremtése



- A város pozicionálása;
- A jövőkép kialakítása;
- Logó;
- Prioritások (fontossági sorrend) felállítása (elsődleges célcsoportok, disztribúciós csatornák, kommunikáció);
- A szervezés megalapozása;
- Munkacsoportok szervezése.

4. lépés: A marketing eszközök és intézkedések összeállítása

- Célorientált intézkedések levezetése;
- A felelősök, határidők, budget-betartás koordinálása;
- Kommunikáció, „eladás”, PR.



5. lépés : A városmarketing „életben tartása” – jövőre vonatkozó terv

- Meglévő munkacsoportok változtatása, növelése, újabbak alapítása;
- SWOT-elemzés állandó aktualizálása/frissítése;
- Marketingeszközök állandó életképességi vizsgálata, változtatása a SWOT szerint.

Valamint ezeket a folyamatokat állandóan ismételni kell!

A városmarketing elsődleges és legfőbb célja, hogy a település sikeres legyen. Ennek egyik lehetséges mérési módja a célcsoportok elégedettségi mutatói. A városmarketingért felelős szervezetnek törekednie kell a célcsoportok elégedettségének megvalósítására, a domináns cél a megfelelő életminőség kialakítása. E célrendszernek négy jól elkülöníthető területen, a gazdasági, a politikai, a kulturális és az ökológiai állapotban jelenik meg.

A városmarketing egyik legalapvetőbb problémája a forráshiány. A másik sajátossága, hogy csak hosszútávon érzékelhető a hatása. Nem felesleges pénzkidadás, mert ha csak a gazdasági célcsoportot vesszük alapul, a betelepült cégek számának a növekedésével növekszik a helyi adó és a munkahelyteremtő vonzata is fontos. Egy hosszú távú marketingkonceptió kialakítása, annak megvalósítása folyamatos visszacsatolással esélyt ad egy egységes stratégia szerinti működésre. Mindez még hatékonyabban képes működni társulások formájában. Például, ha a szomszédos települések önkormányzatai közös térségi helymarketing tevékenységet folytatnak, ott az egy településre jutó költségek is csökkennek.

Valamint a város vonzerőleltárát is bővíti a kistérségben található lehetőségek összességének a reklámozása.

3. Mi is az a controlling?

A városokban, településeken eddig is folytak különböző marketingtevékenységek, mint pl. kulturális-, oktatási-, közlekedéskonceptió, reklámkampányok, turisztikai reklámtevékenységek, kulturális hirdetések, fesztiválok, rendezvények stb.

Mindazt, amit egy város kínál, legtöbbször controlling nélkül, rövid távú/„ad hoc” jellegű kivitelezéssel, sokszor a hasonló területek felelőseinek egyeztetése nélkül valósítanak meg. A Controlling ebben az esetben nem az ellenőrzést, hanem olyan eszközt, mely, az operatív szervezeti működés mellett az elmúlt évtizedben a stratégiai szinten is megjelent. Horváth Péter könyvében a következő definíciót adja: „A controlling olyan funkciókat átfogó irányítási eszköz, amelynek a feladata a tervezés, az ellenőrzés és az információellátás összehangolása. E feladat megvalósításáért a controller a felelős.”

A „CONTROLLING” egy divatos szakszó a közgazdasági nyelvben. Nemcsak az angol eredetiből, hanem német közvetítéssel is terjed (ott sem kerestek/találtak helyette saját szót). Az angol szó ebben az értelemben nem annyira ellenőrzést, mint inkább (ellenőrzésen alapuló) irányítást jelent. A controlling tehát lehetne irányítás, vállalat- vagy cégirányítás, csak le kellene fordítani. Ez azért is kíváncsú volna, mert a magyar kontroll, kontrollál(ás) mást jelent, következésképp zavarhatják egymást. A controlling a tervezést, ellenőrzést és információellátást koordináló vezetési alrendszer, mely eszközként segíti a vezetési funkció gyakorlását, a tervezést összekapcsolja a számvittel és menedzseli a költség és az eredmény kapcsolatát.

Mi nem a controlling ? A controlling nem ellenőrzés! Angol értelmezésben ugyanis: to control = irányítani, szabályozni. Ez több is, más is és természetesen tartalmazhat ellenőrzési funkciókat is. Érdekességgé említhetjük meg, hogy az angol nyelvterületen is találkozhatunk a miénktől eltérő értelmezéssel. Ott ugyanis pl. a „production control” termelés-irányítást, a „quality control” minőségsszabályozást, a „human control” emberi erőforrások irányítását jelenti. Bizonyára ebből adódik, hogy a controlling tevékenységek általános megjelölésére leginkább a „Management Control System” elnevezést használják.

4. Controlling a közsztérában

A rendszerváltozáskor az állam, a tanácsai működést a helyi választásokon alapuló önkormányzati formákkal való felváltásakor – a központi kiadásorientált keretfinanszírozás helyett, bizonyos fokú helyi önállóságot biztosító ún. forrásgazdálkodást vezetett be. Ez egy olyan többszatszornás finanszírozási rendszert jelent, amelynek csak az egyik csatszornáját adja a feladatokra leosztott normatív állami támogatás – a működés egyéb feltételeit más helyekről, pl. a saját bevételekből, a helyi adókból kell az önkormányzatoknak fedeznie.

Az önkormányzati controlling rendszer a tervezést támogató és az információszolgáltató moduljaival éppen a fenti problémák megoldásában kíván segítséget nyújtani.

Az önkormányzati controlling rendszer innovatív elemei a következők:

- A controlling rendszer több idődimenzióban való értelmezése, valamint a hosszabb időszakra szóló fejlesztéseket kezelő stratégiai controlling előtérbe helyezése. (A Jövőkép, a Jelen állapotjellemzők erősség-gyengeség elemeire és a Stratégiai tervezésre, korszerű metodikák – így a benchmarking, balanced scorecard [BSC], valamint a SWOT-analízis – kidolgozása.)

- Az önkormányzati controlling rendszer működtetéséhez szükséges folyamatorientált szervezetfejlesztési munkák elvégzése a korszerű, az SSADM filozófián alapuló informatikai támogatást is felhasználó (Oracle Designer), BPR-módszerrel.
- Az önkormányzati controllingnál, a jövő, cél és költségorientált szemléletmódot alkalmazó, a tervezést, a előirányzat/tény eltéréselemzést és a vezetői információszolgáltatást egységes rendszerként kezelő controlling metodika alkalmazása.
- Az önkormányzati rendszer alapvető újdonsága még, hogy az éves gazdálkodási feladatokat támogató számítógépes un. operatív controlling célszoftver tervezési rendszere három fő elemből (modulból) áll, így:
 - a teljesítménytervezésen alapuló költségvetés készítésből, valamint
 - a normatív finanszírozást figyelembe vevő teljesítménytervezésből, az előirányzat-/tényfigyelésből és
 - a likviditást (annak fedezetét) „figyelő” pénzügyi tervezésből.
 A előirányzat-/tényelemzésnél folyamatos információgyűjtést kell a szoftvernek biztosítania a Polgármesteri Hivatal és az Intézmények között, hogy ha szükséges a vezetés még idejében be tudjon avatkozni, pl. a kiadási folyamatokba – megakadályozva ezzel az egyes szakfeladatokra az intézmények részére biztosított keretösszegek túllépését.
- Az adott önkormányzati controlling célszoftver segítségével az információs folyamatok rendezetté, gyorsá válnak, biztosítva az önkormányzat gazdálkodásának követhetőségét, átláthatóságát.

5. Fazit

Hogyan lehet közös marketing célokat, költségvetést és eredményeket effektív jól kommunikálni? Elegendő információval rendelkező beszámolót kap a város vezetése, melyből rövid időn belül, mélyebb marketing ismeret nélkül is hatékony stratégiát követő döntést tud hozni? A legtöbb hagyományosan alkalmazott táblázati kalkuláció a marketing menedzserek bánatára mindezekre nem alkalmas. A nyugatabbra fekvő szomszédaink a software-eszközök széles palettájából válogatnak, melyeket erre a célra fejlesztettek ki. Gyakran szeretne a vezetőség a marketing-mix elemek kiválasztásába is beleszólni. Éppen ezt kívánja a marketing-controlling segíteni, mely a vezetőség által meghatározott irányt határozza meg és kommunikálja az önkormányzat minden dolgozója számára, akik legjobb szakmai tudásuk szerint választják ki a cél megvalósítása érdekében az ehhez szükséges eszközöket. Mottó: „Amelyik vállalat nem tervezi meg jövőjét, annak nem is lesz jövője.” (H. Ansoff).

A tervezés korszerűsítése kapcsán előre kell bocsátani egy lényeges dolgot. Valójában egy beidegződést kell feloldani! Ismeretes, hogy Magyarországon hosszú ideig tervutasításos rendszer volt. Ez a tény a tervek készítésben kétségtelenül nagy rutin elérését tette lehetővé, csakhogy óriási a különbség a múlt gyakorlata és a jelen controlling igénye között. A tervutasításos rendszerben ugyanis a tervirányító szervek közreműködésével az irányító szervek részére készült! Ma a tervek természetesen másképpen és főként más céllal készülnek. Kizárólag a vállalat részére, a menedzsment számára, a vállalat eredményes működésének biztosítása céljából. Ennek megfelelően megváltoztak a tervekkel szembeni – controlling által támasztott – igények:

- ✓ Ma az tekinthető jó tervnek, amely előfeltételekkel teljesíthető, de túl nem teljesíthető. (A controlling nem tud mit kezdeni a túlteljesítéssel.)
- ✓ Az tekinthető jó tervnek amely nem alultervezett. A controlling az alulteljesítést hasonlóan ítéli meg mint a túlteljesítést. Aki tudatosan alultervez, az nem használja ki a rendelkezésére álló erőforrásokat, tehát kárt okoz a vállalatnak!
- ✓ Végül az tekinthető jó tervnek, amely ellenőrizhető, illetve ellenőrzése megoldott. (Tervezés ellenőrzés nélkül értelmetlen.)

Végül álljanak itt a tervezés *Naylor-i szabályai* minden gyakorló controller figyelemreméltó tanulságául (Thomas Naylor amerikai stratégiai tervező):

1. A stratégiai tervezésben nincs „keresztapa” (csak magadra számíthatsz).
2. Tudni kell, mi leszek, ha nagy leszek (hová akarok eljutni!).
3. Soha ne felejtsd el „Martinnak” kifizetni a whyskit (mindenért fizetni kell!).
4. Ami nem romlott el, azt ne akard kijavítani. (Ahhoz ne nyúlj, amivel nincs baj!)
5. Ha nem tudod, hogy hova mész, oda egyetlen út sem vezet (jövőkép kell!).

DR. MAROSI TIBOR* – MAKAI ANDREA:** Zöldségsnack-termék célpiacának felmérése

Abstract

Nowadays welfare societies give the possibility of choice for the wide selection and consumption of foods. The greatest parts of diseases typical of welfare are caused the wrong nutrition. Unfortunately this has been fortified by the contradictory messages of the media. The aim of this paper to form a picture about the healthy nutrition, as well as how the people are open for the new healthy food forms. Cooperating with a fresh food company we accomplished an assessment about the reception of a new vegetable snack product named Roppancs. The survey gives a possibility for the identification of potential consumer groups. Although the survey was not representative, some conclusion can be done. The 75% of the young people would by the product. The rate is the same for the benefit of females. The real price of the vegetable snack accepted by the people is the same as of popular chips. From the opinions it is stated that this product can be popular in the circles of conscious consumers.

1. Bevezetés

Manapság a jóléti társadalmak gyakorlatilag mindenki számára megadják a választás lehetőségét arra, hogy mit és mikor egyen. Tekintettel arra a több millió emberre, aki még mindig úgy étkezik, ahogy éppen lehetősége van rá, a fejlett gazdasággal rendelkező országokban legalább látszólag akkor és úgy esznek, ahogy éppen a kedvük engedi, és minden további nélkül rászánják magukat az időnkénti böjtölésre, mint valami egészségünk érdekében végzett gyakorlatra. Így néhány évtized alatt az átlagember étkezéshez való mentális hozzáállása alaposan megváltozott. Az éhség rémképének árnyékában, még a mi nagyszüleink is úgy gondolták, önmagában az a tény, hogy lehetőségünk van enni, az elsődleges garancia arra, hogy egészségesek maradjunk, vagy betegség esetén felépülhessünk.

Napjainkban a „jólétre” jellemző betegségek legnagyobb részét a helytelen táplálkozás okozza, ezt gyakran erősítik a média folyamatos és egymásnak ellentmondó üzenetei. Ennek eredménye, hogy az emberek bizonytalanná válnak táplálékuk kiválasztását és fogyasztását tekintve. A képet tovább árnyalja, a divat (pl. a diéta „rögeszméje”), vagy az üzleti spekulációk hada. Az a hit, hogy az evés önmagában garantálni tudná egészségünket és megoldana bármilyen problémát, nyilván éppúgy alaptalan volt a múltban, mint ahogy ma. Az élet ritmusa és a szokásaink gyökeresen megváltoztak, tudatosan kell neveljük magunkat és a felnövekvő generációt a helyes táplálkozási formák kiválasztására.

A dolgozat egyik célja, hogy felmérésünk alapján képet alkossunk arról, hogy az emberek mennyire részesítik előnyben az egészséges táplálkozást, illetve mennyire nyitottak az új étel-miszer-megjelenési formákra. Másik célunk volt, hogy feltárjuk, megismerjük a kiválasztott fogyasztói csoport szokásait egy új bevezetésre kerülő zöldség-gyümölcs snacktermék bemutatásán keresztül. A téma kiválasztásakor elsősorban az a gondolat foglalkoztatott bennünket, hogy mi ösztönzi a fogyasztókat egy bizonyos termék és/vagy ter-

* Docens – SZTE Mérnöki Kar Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet.

** Hallgató – SZTE Mérnöki Kar Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet.

mékcsoport választására vagy elutasítására, hogy mi alakítja a fogyasztók preferencia és motivációs rendszerét.

Választásunk a Mórakert TÉSZ új zöldség-gyümölcs snacktermékére esett. A vállalat rendelkezésre bocsátott csomagolt készterméket, melyet a rövid interjúk során így be is tudtunk mutatni. A felmérés egyben segítséget nyújt a vállalatnak a piaci célcsoport körvonalazására. Habár figyeltünk arra, hogy több helyszínen több korosztályt szólítsunk meg felmérésünk nem tekinthető reprezentatívnak. Összesen 122 értékelhető kérdőív alapján tettünk következtetéseket a fogyasztási szokásokra valamint a termékkel kapcsolatos vélemények alapján a potenciális célcsoportra.

2. Az egészséges életmód és a zöldség-, gyümölcsfogyasztás

A zöldségfélék és a gyümölcsök a vitaminok és ásványi anyagok fontos forrását jelentik, amelyekből naponta többszöri fogyasztást ajánlanak. Teljességük megőrzése érdekében célszerű a zöldséget friss és nyers formában magunkhoz venni, ahelyett, hogy főznénk vagy párolnánk azokat. A táplálkozási szakemberek törekszenek arra, hogy minél érthetőbb formában tájékoztassák a lakosságot az egészségmegőrző táplálkozás alapelveiről.

2.1. A kiegyensúlyozott táplálkozás

Az étrendfüggő betegségek megelőzését eredményező táplálkozási ajánlások közérthetően fogalmazzák meg azokat az általános alapelveket, melyek követése a helyes, egészséget szolgáló, táplálkozáshoz vezet. A kiegyensúlyozott táplálkozás röviden annyi tápanyag- és energiabevitelt jelent, amennyire az egyénnek testi felépítése, életkora, fizikai aktivitása szerint szüksége van, vagyis a bevitel és a felhasználás egyensúlyban van. A szükségesnél kevesebb tápanyag hiányos ellátottsághoz, alultápláltsághoz vezet. A hiányos táplálkozás nemcsak az éhségövezetekre, a fejlődő országokra jellemző, hanem az élelmi-szerekkel bőven ellátott, fejlett államokra is (Bíró G. 2000).

2.2. Az egészségvédő élelmiszerek

A múlt század utolsó évtizedeiben a jóléti államokban a fogyasztói szokások és magatartás megváltozása miatt az élelmiszeriparban nagyméretű fejlesztések indultak. A hiánybetegségek általánossá válása, köztudatba való kerülése, a kor divatirányzatai (pl. a testkontroll), illetve a táplálkozás és az egészség közti kapcsolat felértékelődése egyaránt elősegítették ezt a folyamatot (Szakály 2000). A '90-es évek elején az élelmiszeripari termékek világkereskedelmében tartós egyensúlyhiány állt be, a fizetőképes kereslet kisebb mértékben növekedett, mint a kínálat, s ez jelentős mértékű készletnövekedést okozott. A vázolt körülmények között csakis a minőségi fejlesztés jelentett kiutat, azaz a különleges minőségű, nagy hozzáadott értékű termékek előállítása (Lakner és mtsi 1998). Az egészségvédő élelmiszerek főbb jellemzői az optimális tápanyag-összetétel, a könnyebb emészthetőség, a hatékony felszívódás és beépülés, valamint a kiválasztó szervek tehermentesítése.

2.3. A zöldség-, gyümölcsfogyasztás élettani hatása

Az ásványi anyagok fő forrásai, melyek az emberi szervezetbe beépülve hozzájárulnak a kiegyensúlyozott életműködéshez. Az enzimek lehetővé teszik, segítik a táplálkozási folyamatok egyes kémiai reakcióinak lefolyását, továbbá megakadályozzák a salakanyagok felhalmozódását a szövetekben. A rostok (cellulózszálak és más hasonló, tápértékkel nem

bíró anyagok), a bélrendszer utolsó szakaszában megkötik, mozgatják a salakanyagokat, segítve annak könnyebb eltávozását. A legtöbb gyümölcs és zöldség természeténél fogva alacsony zsír- és energia-, de magas a rosttartalmú, fogyasztásuk teltségérzetet kelt. Nem elhanyagolható szempont, hogy a mai rohanó világban elkészítésük és fogyasztásuk általában egyszerű.

2.4. Kényelmi snack termékek

A megváltozott fogyasztói igények hatására ma már a hagyományos termékeknel is egyre inkább előtérbe kerülnek a kényelmi tényezők – elsősorban a csomagolás tekintetében, melyek gyorsítják a felhasználást, ám ezek a terméktulajdonságok még nem teszik lehetővé az egyes elkészítési fázisok teljes kihagyását. Egyelőre nem nevezhetők tömegtermékeknek, de a megfelelő, a vevő igényeihez igazított termékkörrel és a folyamatos innovációval egyre több fogyasztó kedveli meg ezeket az ételkészítményeket. [1] A kényelmi termékek jelenlegi nemzedékének legjellemzőbb üzenete, hogy a termék minden helyzetben fogyasztható legyen („portability”). „Az USA-ban már megjelent a kényelmi termékek harmadik generációja, ahol a gyártók célja a kényelmi és az egészségi szempont egyesítése. Ezzel ellentétben az európai fogyasztási „filozófia” – miközben tudomásul veszi a kényelmi szempontot is – a természetes eredetet, a frissességet és a hagyományos recepteket preferálja.” [2]

Snackterméknek mondhatjuk általában azokat az ételeket, amiket a főétkezések között fogyasztunk, tízórait vagy akár uzsonnára. Nemrégben e termékeknek csak a kalóriadús változatai léteztek, de manapság megjelentek az egészségesebb változatok is. Egyre népszerűbbek a szárított gyümölcsök, a különböző sajtok és az előre elkészített, számos ínyencfalatot tartalmazó szendvicsek. [3] A Pick Szeged Zrt. termékkínálatában is megjelent egy újfajta termékcsalád, nevezetesen a „snackkolbászok”. A McDonald's, a világ legnagyobb éttermi láncolata 2006-ban vezette be a gyümölcs-snackeket, hogy az egészség-tudatosabb fogyasztói kedvében is járhasson. 2002-ben országos iskolai Gyümölcs- és zöldségsnack Program (FFVP) indult az USA-ban. Célja, hogy a gyermekek megtanulják a helyes táplálkozást és egészséges étkezési szokásokat sajátítsanak el. Az EU Bizottsága 2008-ban programot indított (School Fruit Scheme) a gyermekek egészségének javítására, és az elhízás csökkentésére, amit a 2009–2010. tanévben 90 millió euróval támogat. Magyarországon a FruitVeb szakmaközi szervezet koordinálásával iskolagyümölcs program indult ugyanerre az időszakra.

3. A Roppans snackparadicsom piaci promóciója

A kutatás elsődleges feladata a célpiac meghatározása volt illetve, hogy a termék milyen mértékben felel meg a célszegmensnek, milyen a róla és a gyártójáról kialakult kép. A felmérés elvégzésénél a közvéleménykutatás legelterjedtebb formáját, a kérdőíves megkérdezést, mégpedig a szóbeli, személyes megkérdezést alkalmaztuk. Ez önmagában is alkalmas bizonyos jelenségek felderítésére, de szerepelhet kiegészítő jelleggel, illetve ellenőrzési céllal is szekunder adatokkal összehasonlítva. Továbbá biztosíthatja a teljes válaszadási arányt, és az értékelésre alkalmas kérdőívek magas számát. A megkérdezések 2009 áprilisában történtek több szegedi helyszínen, a megkérdezettek 62,3%-a nő, 37,7%-a férfi volt. Ezen belül a megoszlás a következőképpen alakult: nők közül a 18 és 35 év közöttiek vannak többségben (60,5%), a 36 és 50 közötti nők 23,6%-ban és az 50 év felettiek 15,9%-ban. A másik nem esetében is a fiatalabb korosztály volt többségben (60,8%), a 36 és 50 év közötti férfiak aránya 17,5%, míg az 50 és 70 év közöttiek 21,7%. Összesen 122 értékelés-

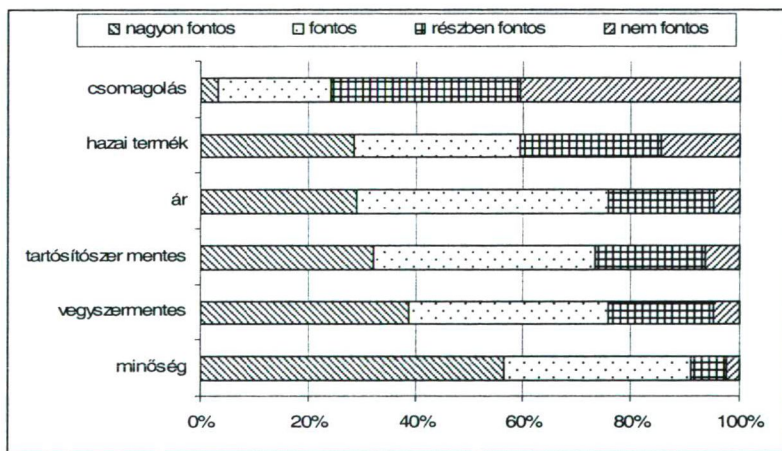
re alkalmas kérdőív állt rendelkezésünkre. Pozitívként tapasztaltuk, hogy az emberek 80%-a készséges és aktív volt a megkérdezések során. A kérdőív tartalma négy fő részre osztható:

- általános zöldség-gyümölcs fogyasztási szokások,
- Mórakert és a róla kialakult vélemény,
- a Roppance snacktermék bemutatása és véleményezése,
- általános adatok.

A kérdőív összesen 24 kérdésből állt, ez bár soknak tűnhet, de egy megkérdezés nem vett igénybe 10 percnél több időt. A kitöltés egyszerűsítése érdekében túlnyomórészt alternatív és szelektív zárt kérdésekből állt, de tartalmazott olyan kérdéseket is, ahol a válaszadónak rangsorolni vagy értékelni kellett a megadott alternatívákat, válaszlehetőségeket. A logikus felépítés is meghatározó volt, hogy a megkérdezettek ne érezzenek nagy ugrásokat a témakörökön belül.

3.1. A kérdőív értékelése

Az egyik legfontosabb kérdésre, hogy milyen gyakran fogyasztunk zöldséget, illetve gyümölcsöt, meglepően sokan választották azt, hogy naponta (52%). Bár rendkívül jól hangzik, a táplálkozás-egészségügyi szakemberek véleménye szerint lenne még mit javítani e szokásainkon. A válaszadók 57,3%-ának a legfontosabb tényező a minőség, és csak 29,5%-uk mondja azt, hogy nagyon fontos az ár, tehát ez alapján választ (1. ábra). A fiatalabbak esetében az is jellemző, hogy nem azt nézik egy termék hazai vagy sem, ők inkább ár és minőség alapján választanak.



1. ábra. Vásárlási szempontok fontossága

Ami a csomagolást illeti, az emberek 75,4%-ának egyáltalán nem, vagy csak részben fontos a csomagolás.

A válaszadók több mint fele még a havi rendszerességnél is ritkábban vagy egyáltalán nem vásárol előre csomagolt zöldséget vagy gyümölcsöt, a másik fele havonta, vagy legfeljebb heti rendszerességgel választja ezeket. Ha mégis feldolgozott zöldséget vásárolnak, leginkább a fagyasztott (mirelit) zöldségeket részesítik előnyben (55,7%).

A megkérdezettek 71%-a ismeri, illetve hallott már a Mórakert termékeiről, és ebből 12% rendszeresen vásárolja a termékeit, 42% alkalmanként, kis hányada (29%) ritkán és 17% egyáltalán nem szokta keresni.

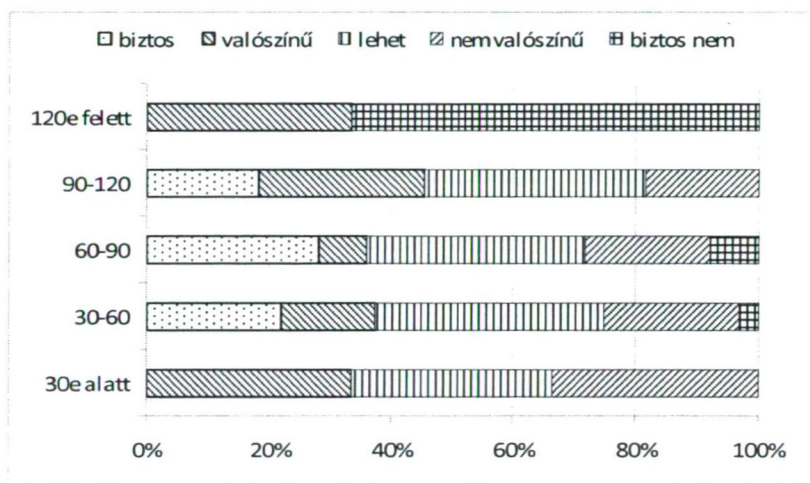
A Mórakert termékeit vásárlók 90%-a alapvetően meg van elégedve a termékekkel, alig néhányan mondták, hogy ezek jóval, akár 20%-kal is drágábbak a más gyártók termékeinél, holott minőségben nem lehet különbséget tenni.

Az ezt követő kérdéscsoport konkrétan a Roppans cherry-paradicsom snacktermékre vonatkozott. Bemutatásra került a megkérdezettek számára egy kész 90 g-os csomagolt termék. A válaszadók majdnem fele (48,3%) hallott már, vagy esetleg találkozott a zöldség-gyümölcs snack termékekkel. A 18–35 év közöttiek 55,5%-a, a 36–50 év közöttiek 39,1%-a, míg az 50 év felettiak 37,5%-a volt tisztában ezzel a termék típussal.

A fiatalabb korosztálynál jobban megmutatkozik az érdeklődés a bemutatott termék iránt, közülük a hölgyek 72%-a komolyabb érdeklődést mutatott. A középkorúaknál már észrevehető a közömbösség, csak 35%-uk volt érdeklődő, és ami meglepő, hogy ők szinte mind nők voltak. A középkorú férfiak egyáltalán nem érdeklődnek termékünk iránt.

A következő kérdés arra irányult, hogy akinek valamennyire felkeltette érdeklődését a termék, mekkora a valószínűséggel vásárolná meg. A válaszokat több nézőpontból is megvizsgáltuk. Ezek voltak az egy háztartásban élők egy főre jutó havi nettó jövedelme, a nemek valamint a korcsoportok.

Várható, hogy a biztos vásárlók aránya kis a kis jövedelműek esetén alacsony, de meglepő, hogy a legmagasabb kategóriában is ugyanez látható (2. ábra).



2. ábra. Megvásárolná-e a Roppans terméket?
(korosztály 18–35 év, értékelés a fizetési kategóriák szerint)

Nemek szerint megvizsgálva a nők nyitottabbnak tűnnek a termék iránt, hiszen 75%-nak tetszett annyira, hogy meg is vegye, míg a férfiaknak csak 58,7%-a véli, hogy áldozna a csomagra valamennyi pénzt. Arra a kérdésre, hogy legfeljebb mennyit költene a 90 g-os termék megvásárlására összességében az emberek a 100–150 Ft-ot tartják elfogadhatónak. 41% nem adna többet 150 Ft-nál, de majdnem 10%-nak megérne akár 250 Ft-ot is.

4. Következtetések, javaslatok

Habár felmérésünk nem tekinthető reprezentatívnak, néhány következtetés tehető: Az egyik, hogy a fiatal válaszadók háromnegyede megvásárolná a terméket. Ugyanez az arány a nemek vásárlási hajlandóságát tekintve a nők javára. A bemutatott termékre mondott

reális ár 100–150 Ft, ami nem meglepő, mivel megegyezik a hasonló kiszerezésű chipsek árával. Az egyéni vélemények alapján nem kedveltek a fogyasztók körében az előre csomagolt zöldségek, mivel nem tudják ellenőrizni a termék állapotát. Ezért kizárólag átlátszó és esetleg visszazárható csomagolás jöhet számításba. Többen szívesen látnák a terméket büfékben, rendezvényeken, benzinkúton, a termék kiegészítője lehet egy tízórainak, vagy uzsonnának. Végül álljon itt az egyik fiatal válaszadó véleménye: „Jó ötletnek tartom a felszeletelt, tisztított terméket, alkalmas azonnali fogyasztásra, kis helyen elfér, praktikus utazáskor, munkahelyen.”

A véleményből kiolvasható, hogy van jövője a terméknek, de elsősorban a tudatos fogyasztók körében számíthat sikerre, akik már változtattak vagy változtatni kívánnak étkezési szokásaikon.

Irodalomjegyzék

Bíró Géza, Bíró György (2000): Élelmiszer-biztonság, Táplálkozás-egészségügy, Agroinform Kiadó és Nyomda Kft., Budapest.

Szakály, S. (szerk.) (2001): Tejgazdaságtan. Dinasztia-ház Rt., Budapest.

Lakner, Z., Somogyi, S., Horváth, Zs. (1998): Az élelmiszerminőség és a piac. Agro 21 füzetek, 47–64.

[1] www.progressziv.hu/index.php?link=magazin.tmp&sz_id=122&funk=5

[2] www.gazdalkodas.hu/index.php?l=hu&p=cikk&cikk_id=43

[3] www.progressziv.hu/index.php?link=magazin.tmp&sz_id=1024&funk=5

RÉGIÓ ÉS FINANSZÍROZÁS (PÉNZÜGYEK)

GÁSPÁR ANDREA*

A magyar adórendszer egyszerűsítésének okai és lehetséges hatásai

Abstract

There are nearly 50 different tax categories in an effect currently in Hungary. These request a different acknowledgement, in payment deadline doing the dirty of the taxpayers. Hungary occupies the 111. place in a hierarchy classifying the simplicity of the taxation according to the study of tax payment with 2009 titles prepared by IFC between the examined 181 countries. I examined it in my analysis in our taxation ensued changes. The changes complicated our fiscal system in some cases. But there is a tax category like that pl. personal income tax, where 4,6, there were 2 tax brackets in validity then. It continued with "Eva", "Ekho" introduction then simplification, which all of them are until the today's day continuously on an agenda, yes. International – European Union ensued in his member states mainly – examining tendencies it adapting opportunity and I deducted my inferences analyzing its possible effects onto the Hungarian tax brackets and tax categories.

1. Bevezetés

A jó adórendszer követelményei évszázadok során alakultak ki, de nem könnyű őket betartani. Ezek közül egyet emelek ki, az pedig az egyszerűség (áttekinthetőség), mely különösen a közgazdasági, a hatékonysági és a politikai funkció szempontjából különösen fontos követelmény. Ha az adó könnyen kiszámítható, nehéz eltitkolni, a fizetési kötelezettség alól nehéz kibúvót találni. Az ilyen adórendszer bevezetése, illetőleg az adó behajtása viszonylag olcsó is.

Magyarországon jelenleg közel 50 különböző adónem van hatályban, melyek eltérő bevallási, befizetési határidő betartását követelik meg a jogkövető magatartást gyakorló adózóktól. IFC által készített „Adófizetés 2009” című tanulmánya szerint az adózás egyszerűségét osztályozó rangsorban Magyarország a 111. helyet foglalja el a vizsgált 181 ország között. Elemzésemben a rendszerváltást követően próbáltam nyomon követni az adózásunkban bekövetkezett változásokat, melyek néhány esetben sajnos inkább bonyolították az amúgy is lassan átláthatatlan adórendszerünket. Akad olyan adónem pl. Szja, ahol 4, 6, majd 2 adókulcs volt érvényben. Majd az Eva, Ekho bevezetésével folytatódott az „egyszerűsítés”, mely mind a mai napig folyamatosan napirenden van. Nemzetközi – főleg Európai Unió tagállamaiban bekövetkezett – tendenciákat vizsgálva adaptálási lehetőséget és annak lehetséges hatásait elemezve vontam le következtetéseimet a magyar adókulcsokra és adónemekre.

2. Anyag és módszer

Elemzésemben az APEH által kezelt adó és adójellegű bevételek alakulását vizsgáltam. Az általam használt adatok az APEH és a KSH adatbázisából származnak, melyek kumuláltak, egyedileg be nem azonosíthatók.

Vizsgálódásom során matematikai és statisztikai mutatószámokat használtam fel a változások és összefüggések feltárására. A 90-es évek közepétől napjainkig tartó időszak adatait használtam fel elemzésem során.

* PhD-hallgató – Szent István Egyetem, Gödöllő.

3. Adókról

Pénzügyi elvonások egyik kategóriája az adó, mely kényszer jellegű, vissza nem térülő, visszafizetés nélküli általános pénzbeli szolgáltatás, amelyet jogszabály alapján hajtanak be (Herich 2007). Az adókat több szempont szerint lehet csoportosítani. Adóviselés alapján az adók lehetnek indirekt és direkt adók.

Indirekt (közvetett) adók, melyek termékekhez, szolgáltatásokhoz kapcsolódnak, a termék felhasználóját, a szolgáltatás igénybe vevőjét terhelik. Ilyen az Általános forgalmi adó (ÁFA) és a fogyasztási adó.

Direkt (közvetlen) adók, melyek a lakosság jövedelméhez és a társaságok gazdasági tevékenységéhez kapcsolódnak. Ilyen a Személyi jövedelemadó (Szja), Társasági adó (TA), EVA.

APEH által kezelt adójellegű elvonások közé tartoznak a társadalombiztosítási járulékok, melyek adóként viselkednek, s a munkavégzés, gazdasági tevékenység során realizált jövedelem után fizetendők. Két nagy csoportját különböztetem meg a szerint, hogy kit terhel a befizetési kötelezettség (munkaadót és munkavállalót terhelő társadalombiztosítási (Tb) járulékok).

4. A magyar adórendszer

Az uniós tagállamok adóreformjait három tendencia alakította, melyből az egyik az adózás egyszerűsítése. Egyszerűsítés főleg az adókulcsok csökkentését és az adóbázis kiszélesítését kombináló reformokban valósult meg.

A negyedik adóreformra 1988. január 1-jén került sor. Számos adókötelezettség megszűnt (pl. béradó, vagyonadó, általános jövedelemadó stb.), egyes adók alapja és mértéke megváltozott (pl. nyereségadó), valamint új adók léptek életbe (pl. Áfa, jövedelemadó). Adóreform hatására létrejött a vállalkozói adó, mely az egyéni és társas vállalkozókat azonos módon szabályozta. Előrelépés következett be a nemzetközileg is elismert adórendszer irányába.

A piactgazdasági átmenetet megalapozó hazai adóreform az uniós tagállamokkal ellentétben egy szervesen átalakulás során alakult ki (Pitti 2006). A reform hatásaként a lakosság jövedelmének adóztatása fokozódott, a lakossági befizetések megnövekedtek (Kállai 2000). 1996-ban 53-féle jogcímen történt elvonás. 1998-tól ötödik nagy adónemként a jövedéki adó bevezetésre került hazánkban. 1999. évben közel 70-féle adónyomtatvány és további 20-féle járulékkal kapcsolatos bejelentési, változás-bejelentési nyomtatvány volt használatos (Ilonka 2004).

Az Áfa egy többfázisú, nettó, általános, végső soron a fogyasztókat terhelő adónem. Magyarországon 2004-ben 25% a normál és 12% a kedvezményes ÁFA kulcs, mely megfelelt az Európai Unió elvárásának, de a maximumot képviselte. Magyarországon 2006. évben a 25%-os adókulcsot 20%-ra mérsékeltek, mely kedvezőbbnek ítéltető. Ez a törvény volt a legstabilabb a törvények között, melyet radikálisan megváltoztattak 2007. évben.

Személyi jövedelemadót érintő változás a sávhatárok kiszélesítése és a sávok kettőre történő lecsökkentése volt. Az összevont adóalap adója 1995-ről 2007. évre négy és félszeresére emelkedett. Az önbevallók aránya 52%-ról 79%-ra növekedett. Ez a törvény minden évben változik, sőt most már annak is tanúi vagyunk, hogy ezen a magánszemélyek legszélesebb körét érintő törvény sajnos már év közben is változik. Így téve szinte lehetetlenné a jogkövető magatartás betartását.

A társasági adó az adózó bevételszerzésre irányuló gazdasági tevékenysége során megszerzett jövedelmére vonatkozik. Az Európai Unió tagállamait tekintve Magyarország ki-

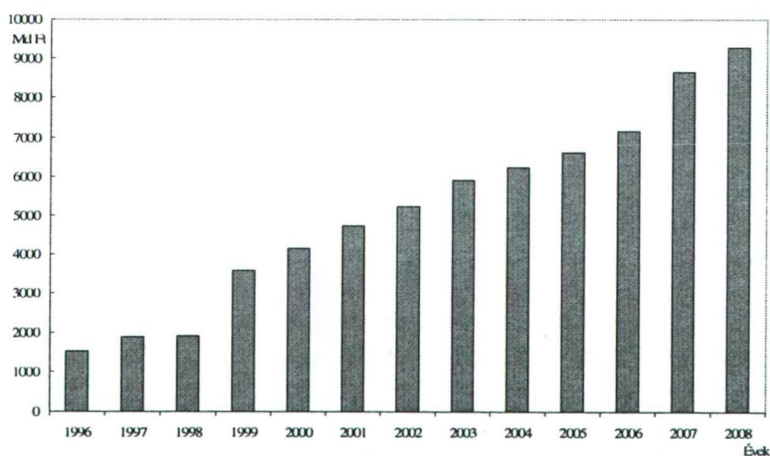
emelt helyen szerepel, mivel 16%-os adókulccsal a tagországok között az előkelő 5. helyen áll. Magyarországon a Ta mértéke több lépcsőben csökkent a kezdeti 40%-ról 36-ra, majd a kilencvenes évek közepére 18%-ra mérséklődött, s 2004-ben 16% lett.

Társadalombiztosítási járulékok, melyek kockázatközösségen alapuló, kötelező jellegű, megszerzett/bejelentett bruttó munkabért terhelő adónem. Alapvetően két kategóriába sorolhatók. Vannak Nyugdíjbiztosítási Alapot megillető és Egészségbiztosítási Alapot megillető járulékok, melyek még külön két csoportba sorolhatók (foglalkoztató terhelő, illetve biztosítottat terhelő járulékok). A járulékok mértéke minden évben változnak, sőt 2006. szeptember 1-jétől a nyugdíj járulék és az egészségbiztosítási járulék még két részre bomlott a pénzbeli és természetbeli járulékokra. A járulékok 2002-ben voltak a minimális értéken (összességében 40,0%), a vizsgált évek mindegyikében 41,5-44,5% között mozgott a járulékelvonás százalékos mértéke. Sajnos a járulékok rendszere egyre bonyolultabbá váltak, azzal párhuzamosan a nemzetközi trendeket figyelembe véve hazánkban sajnos magas az élő munka terhe.

Az adózásra (bevallás, bejelentés, befizetés és nyilvántartás) fordított idő 2007. évben hazánkban 340 óra volt, mely a 178 országból álló listán hazánkat a 126. helyre pozícionálta. A legkevesebb időt az első helyen álló Maldív-szigeteken (0 órát) a legtöbbet pedig az utolsó helyen álló Brazíliában (2.600 órát) töltenek el adózással. Tehát hazánkban átlagosan napi fél órát foglalkoztunk adózással 2007. évben.

5. Adóbevételek alakulása

Az 1. ábra az APEH által kezelt adóbevételek alakulását mutatja a vizsgált években. Az ábrán látható, hogy 1998. évre az adóbevételek nem növekedtek, majd ugrásszerű emelkedést mutatnak. Ennek a növekedésnek oka a járulékkonszolidáció, hiszen 1999-től kezdve a járulékokat az APEH szedi be, és így mint ilyen adók módjára viselkednek. 2008. évre a kiinduló évhez képest több mint a hatszorosára emelkedtek az APEH által kezelt adóbevételek.



1. ábra. Adóbevételek alakulása

(Forrás: APEH adatbázisból saját szerkesztés)

Az indirekt adók összes adóbevételből való részesedése folyamatos csökkenést mutat (1. táblázat) míg a járulékok közel 35%-os részesedéssel a direkt adókat is megelőzték.

1. táblázat. Az APEH által kezelt legfontosabb adónemek arányának alakulása az összes adóbevételből

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ta	7,3	7,7	10,5	6,9	6,6	6,7	7,6	7,0	7,2	6,5	6,5	5,9	5,2
Szja	31,2	29,8	34,6	21,5	22,5	23,6	24,3	22,2	21,8	21,7	22,1	20,8	21,5
Eva	–	–	–	–	–	–	–	0,5	1,1	1,4	2,0	1,8	1,8
Áfa	34,2	35,9	42,0	26,3	27,7	26,3	24,9	28,7	27,7	26,9	25,6	22,9	22,8
Fogy. Adó	14,7	14,2	1,6	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	0,1	–	–	–	–
Tb	–	–	–	33,9	32,2	32,2	32,6	32,4	33,3	34,3	34,4	33,6	33,1
Eho	–	–	–	4,4	4,4	4,1	4,0	2,9	2,7	2,5	1,5	1,3	1,3

Forrás: Saját számítás

6. Egyszerűsítési lépések és hatásai

1999. évben a személyi jövedelemadó korábban 5 kulcsos sávosan progresszív adó-rendszere 2 kulcsos lett, ám az adójóváírás csökkentése, az adótábla valorizáció elmaradása növelte az adóterheket. Az egy adófizetőre jutó fizetendő adó a vizsgált években – 1996 és 2006 éveket kivéve – minden évben emelkedtek. A kiinduló évhez képest 2007-re 3,9-szeresére emelkedett a fizetendő adó egy adófizetőre jutó értéke.

2003. évben vezették be az Egyszerűsített vállalkozói adót (EVA), amely bizonyos feltételek mellett választható. 2005-ben az adó mértéke az adóalap 15% volt, s várhatóan 2010. évben 30%-ra emelkedik. Az EVA alapján adózó vállalkozó, társaság esetén az eva kiváltja többek között a társasági adót, osztalékadót, személyi jövedelemadót és az általános forgalmi adót. Ebből az adónemből a központi költségvetésbe 2005. évben 91,7 milliárd Ft (2. táblázat), 2008. évben pedig 167 Md Ft folyt be, mely az összes adóbevétel 2%-át sem éri el.

2. táblázat. EVÁ-t választó adóalanyok és általuk fizetett adó alakulása

Megnevezés/Évek	2003	2004	2005	2006	2007
Adóalanyok száma (fő)	54 620	80 532	93 157	98 133	97 546
Fizetett adó (mó Ft)	30 995	66 990	91 657	143 503	152 804

Forrás: APEH adatbázisból saját szerkesztés

Ugyancsak a vállalkozások adminisztrációs terheinek csökkentéséhez járult hozzá a 2005. évben bevezetett Egyszerűsített közteherviselési hozzájárulás (ekho) is. Ezt az adónemet csak bizonyos foglalkozást végző magánszemély választhatja 25 milliós árbevétel alatt. Az ekho a Szja és a Tb kötelezettségeket váltja ki. Mértéke 15 és 25% (Herich 2007).

2004. évben az adózás rendjéről szóló törvény új adómegállapítási módot honosított meg a személyi jövedelemadózában: az adóhatósági adómegállapítás rendszerét. Az adózó dönti el, hogy választja-e persze bizonyos feltételek teljesülése mellett. Ezzel a magánszemélyek egy kis része nem saját maga tölti ki és juttatja el adóbevallását az illetékes adóhatóságnak, hanem ezt az adóhatóság teszi meg, az adózóval szoros együttműködésben. Ez az adóadminisztrációs terhek csökkentését hozta magával, bizonyos adózói körben. De pont ott volt egyszerűsödés, ahol csak egy adóbevallási határidőhöz kell alkalmazkodni. Szerintem ez a megoldás csak részben járult hozzá az egyszerűsítéshez. Főleg, ha még azt is figyelembe vesszük, hogy az önbevallók aránya 2004-ben még csak 54,6%-ot, 2007. évben már 79,4%-ot tett ki.

Előre láthatóan 2010-től megszűnnek az adókedvezmények (megmarad pl. a családi és személyi kedvezmény, valamint az őstermelői kedvezmény), mely az egyszerűsödést szolgálhatja.

7. Következtetés

A magyar adórendszer túl bonyolult és szerteágazó, mely nem alkalmas a jogkövető magatartás betartatására. Hiszen sok esetben még a jogszerűen eljáró magánszemélyek is a törvény folyamatos módosításai miatt nem tudják nyomon követni a törvényi változásokat. 2007. évben több mint 50 különböző adónem, 150-nél is több befizetési jogcím és sokféle bevallás volt hatályban.

A sok kivétel és kedvezmény nem hivatott azt a célt szolgálni, hogy az adminisztrációs terhek csökkenjenek. Éppen ellenkezőleg. Ez pont a bonyolultságot, az átláthatatlanságot növeli meg. Egy „egyszerű” Szja bevallás (53-as bevallás), melyet minden jövedelmet szerző magánszemélynek ki kell(ene) töltenie (bizonyos esetek kivételével) minden év május közepéig, a bevallás maga minimum 20 oldalas (ha a magánszemély nem őstermelő vagy egyéni vállalkozó, mert akkor még több), és a hozzá tartozó kitöltési útmutató pedig majd 70 oldal.

Napirenden lévő egyszerűsítési megoldások között szerepelt az egykulcsos adórendszer bevezetése. Jelenleg összesen 22 országban van egykulcsos adórendszer a világon. Általában az adókulcs nem egységes, a vállalkozásokat és a magánszemélyeket nem azonos kulcs terheli és az Áfa kulcsa is különböző. A nemzetközi gyakorlat is az adóharmonizáció (pl. egykulcsos adórendszer) irányába halad. Uniós tagállamok közül Romániában és Bulgáriában is bevezetésre került az egykulcsos adórendszer, mely a sávosan progresszív adóval szemben csak 1 kulcsot tartalmaz, ezzel segítve elő az egyszerűsödést (Bessenyei 2005). De a magyar adórendszerben nem az a fő probléma, hogy nehéz lenne 2 vagy 3 különböző kulccsal besorozni az adóalapot, hanem az a probléma, hogy az adóalap kiszámítása a különböző kedvezmények, kivételek miatt bonyolult. Az egykulcsos adórendszer bevezetése nem azért előnyös, mert egységes kulcsot biztosít, hanem azért, mert a korábbi kedvezmények megszüntetése által lehetőség lenne az adóadminisztráció egyszerűsítésére és az adóalap kiszélesítésére. Makroszintű adatok elemzése arra a következtetésre vezet, hogy a reformok az adómorált javíthatják, persze csak akkor, ha a reform egyúttal az adóadminisztráció egyszerűsítésével is járt, de a bevételekre nem voltak szignifikáns hatással (Saavedra 2007).

Irodalomjegyzék

- Bessenyei Gábor (szerk.) (2005): EU-tagállamok adózása. Saldo, Budapest.
 Herich György (2007): Adótan, Penta Unió Oktatási Centrum, Pécs.
 Ilonka Mária (2004): Az adózás története az őskortól napjainkig, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
 Kállai Lajos–Sztanó Imréné (2000): Adók, illetékek, járulékok és vámok, Saldo, Budapest.
 Pitti Zoltán (2006): Nemzetközi adóverseny és a hazai jövedelmek versenye az adókkal, Magyar helyteremtés Európában, Nyíregyháza.
 Saavedra P. (2007): Flat Income Tax Reforms, Ch. 8. in Fiscal policy and economic growth, Gray C., Lane T., Variudakis A. (szerk.), World Bank.

DOMJÁN PÉTER*–DR. TURCSÁNYI KATALIN:** Kihívások és reformok az egészségügyben

Abstract

The health system is one of greatest distributive system and it is branch of public sector, which is fought a lot of phenomena of enonomic crisis. Steps, which correctly converge to trend of European is significantly dependent on efficient co-operation in the system of modernisation. The bese of co-operation are work and risk share method. The mainly question, how can stop or decrease of cost rising and increse efficiency without lose the level of standard and at same time we are operating high level health system.

A lot of people deem the health as duty of the state and wait the increase of health's efficiency and the better quality and financing from private sector, which is more and more participated. The study is rewied the funciton of private sector in the health and the scope of the expectation

1. Bevezetés

Az európai országok többsége keresi a magánszektor és a privatizálás lehetséges szerepét egészségügyi rendszereik átalakításában. Az orvosi technológia fejlődése, a népesség előregedése és a lakosság növekvő elvárásai az egészségügyi kiadások növelését igénylik, miközben makrogazdasági összefüggések az állami költségvetés szerepének és nagyságrendjének csökkenését indokolják. A növekvő kiadások fedezéséhez növekvő bevételekre van szükség, ami rontja a nemzetgazdasági szintű versenyképességet, a hiány növelésének pedig a maastrichti kritériumok szabnak gátat. Az orvosilag lehetséges és gazdaságilag megvalósítható egészségügyi rendszer kialakítására és működtetésére az egyes országok a rendelkezésre álló erőforrások költséghatékony elosztását, a hatékonyság növelését elősegítő reformstratégiákat dolgoztak ki, amelyek igyekeznek fenntartani a szolgáltatások finanszírozhatóságát és a finanszírozásban fenntartani a szolidaritási elvet.

A kormányzatok világszerte szembesülnek a globalizációs folyamatok következtében megnövekedett piaci kockázatok hatásaival, amelyek visszahatnak az államháztartás bevételi és kiadási pozícióira. Az állam XX. században megnövekedett szerepe fokozottan felveti a közszolgáltatások hatékonyságának mint nemzeti versenyképességet erősítő tényezőnek a szerepét. Miközben mennyiségben és minőségben is egyre növekszik az igény az állam szolgáltatásai iránt, a tartalékok végesek. Mindez a jóléti állam válságával is jár, és a közösségi szolgáltatások rendszerének átalakulását, újragondolását teszi szükségessé.

Miközben az egészségügyet sokan kizárólag állami feladatnak tekintik, a hatékonyság növelését, a minőség javulását és nem utolsó sorban a rendszer finanszírozhatóságát egyre inkább, egyre többen a magánszektor fokozottabb részvételétől várják.

* Tanársegéd – PTE ETK ZKK.

** Tanársegéd – PTE ETK ZKK.

2. Reformtörekvések az EU-tagországok egészségügyében

Az egészségügyi rendszerek jellegétől függetlenül az országok általános problémája, hogy megfeleljenek a növekvő szükségleteknek és a tudományos-technikai fejlődés nyújtotta lehetőségeknek és biztosítani tudják az egészségügy fenntarthatóságát.

Az egészségügyi kiadások a legtöbb országban gyorsabb ütemben növekedtek, mint a gazdasági növekedés. 2004-ben az EU-tagországok átlagosan GDP-jük 9,27%-át fordították egészségügyi kiadásokra (1990-ben ez az arány 7,1%, 1970-ben 5,1%). A GDP egészségügyi kiadásokra szánt aránya jelentős eltéréseket mutat az egyes országok között. Legmagasabb Németországban, 10,9%, legalacsonyabb Írországból (7,2%), 7,5–7,8% Ausztriában, Finnországban és Spanyolországban. A kiadásokból a legtöbbet visel az állam Luxemburgban (90,2%) és az Egyesült Királyságban (85,9%), 80% fölötti még az állami részvétel aránya Svédországban (85,4%), Dániában (82,6%). Legalacsonyabb az állami részvétel aránya Görögországban (51,7%) és Hollandiában (61,2%). 70% az állami kiadások részesedése az összes egészségügyi kiadásból Ausztriában (67,6%), Portugáliában (69,7%), Belgiumban (70,9%), Spanyolországban (71,9%).

Az EU régi tagállamai hosszú távú feladatként kezelik az egészségügy megújítását, átszervezését. Az egészségügyi reformok iránti folyamatos igény az egészségügyi ellátás sajátos természetéből következik. Az Európai Unió minden országa, akár állami, akár társadalombiztosításon alapuló rendszert működtet, globálisan ugyanazon kihívásokkal szembesül, hasonló problémákkal küzd: az egészségügyi kiadások növekedése a lakosság előregedése, a fokozódó fogyasztói elvárások és a technika-technológia fejlődése, valamint az igényekhez mérten szűkösen rendelkezésre álló források, csökkenő járulékalbevételek, a közkiadások mérséklésére nehezedő gazdasági nyomás között feszülő ellentmondás feloldására törekszik. A reformok célja az ellátás egyenlő elérhetőségének biztosítása, a minőség, kimenetek javítása, megfelelő szintű források, megfelelő költség-haszon, költség-hatékonyság mutatók biztosítása. A célok egyes elemei az évek során eltérő hangsúllyal szerepelnek. Az egészségügyi kiadások gyors növekedése és a gazdasági növekedés megtorpanása által kiváltott problémákra a 80-as években a reformok a kiadások korlátozásával válaszoltak, a kiadások korlátozása által kiváltott túlzott feszültségeket a 90-es években a piaci ösztönzők adaptálásával korrigálták. Újabb növekvő figyelem fordul a piaci ösztönzők által keltett negatív hatásokra. Napjainkban több EU-tagországban (Nagy-Britannia, Svédország vagy a legutóbbi időben a piaci típusú reformjáról ismert Hollandia) az egészségpolitika ismét nagy hangsúlyt fektet a hagyományos európai értékek, az esélyegyenlőség, szolidaritási elv elsőbbségének. A piaci reformra is lehet példát találni, pl. Németországban (intézményi privatizáció, betegpénztárak közötti verseny stb.) vagy Hollandia versenyző biztosítói. A változások következtében Európa országaiban megfigyelhető az állami és magán elemek keveredése az egészségügyben, s ezzel jellemzővé vált a markáns egynemű rendszerek oldódása. A centralizált rendszerek a szükségleteknek való jobb megfelelés érdekében decentralizálnak, az állami rendszerek a piac irányába nyitnak, a decentralizált rendszerekben helyenként központosítás vagy annak igénye merül fel, mivel bizonyos funkciók központosítva működnek jobban. Tulajdon szempontjából sem az a kérdés, hogy állami vagy piaci körülmények között működjön az egészségügy, hanem az, hogy milyen feladatmegosztás célszerű az állami és a magánszektor között.

Az 1980-as évek óta reformtörekvések központi kérdései: a minőség, az ellátás eredményességének javítása, a páciensek igényeihez való jobb alkalmazkodás. A minőség javításának eszközei között alkalmazzák a klinikai irányelvek, működési standardok, akkreditációs rendszerek fejlesztését, a technológiai értékelést, a szolgáltatók folyamatos monitorozását, értékelését, a teljesítmények mérését, ennek érdekében indikátorrendszerek kialakítását, a

finanszírozási rendszerekben a minőség értékelését, elismerését. Mindez feltételezi az informatika és a menedzsment fejlesztését. Nagy figyelmet kap a megelőzés és egészségmegőrzés. Stratégiai terület az alapellátás fejlesztése, az ellátás egyenlőtlenségeinek csökkentése. Az egészségügyi rendszerek betegközpontú megközelítése az egyének, páciensek személyes felelősségének, tudásszintjének növelésén, a több választás biztosításán keresztül valósul meg. A reformok eredményeit illetően elmondható, hogy az országok sok-sok energiát fordítanak marginális eredmények elérésére. Az EU-tagországokban a reformok az elmúlt években a rendszerek alapvető jellemzőit nem vagy kevés helyen érintették. A költségérzékenység fokozására azonban a keresleti és kínálati oldalon egyaránt eszközöket kerestek.

3. A magánszektor szerepének erősödése a reformok egyik fő jellegzetessége

A „magán” szót az egészségügyben sokféle értelemben használják. A magánjellegű elemek sokféle alakot öltenek, és összetett formációkat hoznak létre. Az átalakítást célzó új kezdeményezések egyre növekvő mértékben támaszkodnak a magán és állami közötti határokat összeroszó megoldásokra. Fontos megkülönböztetni a magánszektor fogalmát a hozzá tapadó szervezési, menedzsmenttechnikáktól. Magánszektoron az egészségügyi vagyon magántulajdonát értjük. A tulajdonformára koncentrálna könnyebben megkülönböztethető a magánszektor és a privatizálás kérdésköre attól az általánosabb kérdéstől, hogy az állami szektoron belül milyen szerepe lehet a vállalkozói magatartás erőteljesebb érvényesítésének. A privatizálás egyfajta stratégia a vállalkozói magatartás erősítésére, de nem azonos azzal. A vállalkozói magatartás a piaci ösztönzők szélesebb spektrumát foglalja magában, jellemzője a szolgáltatások terén az innováció erősítése, a minőség javítása és a hatékonyság emelése a magán és az állami szektornál egyaránt. Az állami szektorban olyan stratégiák bevezetésével jár, mint a teljesítményalapú bérezési rendszer, belső piac, az állami szolgáltatók önállóan gazdálkodó (korporatív) formába szervezése, a szolgáltatók közötti választás lehetőségének biztosítása, a szolgáltatások és funkciók magánszektorba történő szerződéses kiszervezése, vagy akár azok átruházása. A privatizáció csak egy eszköz a sok közül az ilyen vállalkozói magatartás és szemlélet megvalósításához vezető úton. A privatizációt a piaci verseny bevezetése eszközének tekintik, azonban nem szükségszerűen váltja be a hozzáfűzött reményeket. A magántulajdon önmagában nem feltétlenül jelenti egymással versengő erők meglétét, és ezért nem jelent automatikus biztosítékot arra, hogy a versenynek tulajdonított előnyök a rendszerben valóban megjelennek. Számos példát találunk monopolisztikus alapon működő hatalmas magántársaságokra, amelyek egyáltalán nem szereplői versenyhelyzetnek. Ezzel szemben állami tulajdonú formák is versenyezhetnek egymással, vagy vehetnek részt nyíltpiaci versenyben, mint pl. az a kórházak esetében Finnországban, Svédországban és Nagy-Britanniában tapasztalható.

A magántulajdon és a privatizálás kialakítják a maguk szervezeti struktúráit, de nem feltételei annak, hogy független irányítás és gazdálkodás szerepét erősítő kezdeményezések jöjjenek létre kórházak és alapellátást végző intézmények irányítása terén. Ezek a kezdeményezések alapvetően az autonóm módon való működés vagy az önálló gazdasági egységben való működés különböző változatai. Az alapvető váltást az jelenti, hogy a közvetlen utasításos irányítási rendszer helyett áttételes, közvetett irányítási rendszerre vált át a kormányzati irányító szerep. Gyakran önálló irányítási testülettel rendelkező kórházak vagy állami cégek jönnek így létre. Ezek a modellek csak az irányítás szintjén jelentenek változást. A szolgáltatók továbbra is állami tulajdonban vannak, a vagyont nem ruházzák át, így nincs szó privatizálásról. Ez önmagában természetesen nem oldja meg az irányítás, a hatékonyság és az igényekre való rugalmasabb reagálás problémakörének kérdését.

A magán és állami szektor arányáról valamint a privatizálásról a társadalmi prioritásokra koncentrálni lehet véleményt mondani. Csak így lehetséges annak meghatározása, hogy az elérni kívánt céloknak megfelelően mennyire lehet hatékony a magánszektor vagy (egyéb lehetőségek közül választva) a lehetséges privatizációs stratégiák alkalmazása. A várható hatékonyság értékelésének kritériumai között szerepelnie kell annak, hogy a tervezett változások hogyan hatnak az alábbi tényezőkre: az egészségi állapot várható javulása, egyenlő hozzáférés, költségtakarékosság, műszaki hatékonyság és az allokációs hatékonyság (a finanszírozás elosztásának hatékonysága) valamint a fogyasztói igényekre való rugalmas reagálás. Egy ilyen fogalmi keretrendszer abban segíthet, hogy a rendelkezésre álló tapasztalatokat az ideológiai és egészségpolitikai irányelvek megkerülése nélkül mérlegelhessek, és a társadalom értékrendszerét valóban tükröző döntést hozhassanak.

3.1. A magánszféra az egészségügyi közszolgáltatásban

A magánszektor szerepét vizsgálva az ellátásban, meg kell különböztetnünk a non-profit magánszekort és a profitorientált magánszekort. Az előbbibe tartoznak a nem-kormányzati szervezetek mellett a közösségi szerveződések, a vallási és karitatív alapon létrejövő szervezetek, amelyek küldetést fogalmaznak meg. A profitorientált csoportba pedig a kis üzleti vállalkozások, pl. gyógyszertárak, fogorvosok, valamint a nagy részvénytársaságok sorolhatóak.

Európában a magánszolgáltatás legerőteljesebben a fogászati és gyógyszerellátásban van jelen. A gyógyszerellátásban relatíve közmegegyezés van a tekintetben, hogy a magánszektori működtetés előnyösebb az állami szektorival szemben, ezt sok tagállam elfogadja. Az 1990-es években a magánszektor növelte szerepét olyan fontos és költségigényes területeken, mint a kórházi ellátás, az alapellátás, a szociális ellátás és a házi betegápolás.

Magyarországon az alapellátást szinte teljes egészében vállalkozó háziorvosok látják el, a járóbeteg-szakellátás és a fekvőbeteg-ellátást végző intézmények növekvő hányadat önkormányzati tulajdoni bázison vállalkozó üzemeltető végzi.

3.2. Magánfinanszírozás

A legtöbb európai ország egészségügyi rendszerére a köz- és a magánfinanszírozás együttes jelenléte jellemző. Annak ellenére, hogy a magánfinanszírozás aránya az utóbbi időszakban megnőtt, a legfőbb forrást – a Szovjetunió néhány utódállamát kivéve – továbbra is mindenütt az adóbevételek és a társadalombiztosítási járulékok jelentik. A legfontosabb magánfinanszírozási források a magán- (önkéntes) egészségbiztosítás és a szolgáltatás igénybevételekor a betegek által kifizetett összegek. Ez utóbbi kategóriába tartoznak a közvetlen kifizetések, az önrész és a nem hivatalosan kifizetett pénzüsszegek Nyugat-Európában csupán Görögországban, Olaszországban, Portugáliában és Svájcban szarmazik az összes egészségügyi kiadás 30%-a, vagy még nagyobb hányada magánfinanszírozásból (elsősorban a szolgáltatás igénybevételekor fizetett összegekből). A magánfinanszírozási források közül a szolgáltatás igénybevételekor fizetett összegek az egészségügyi magánkiadások nagyobb hányadát teszik ki, mint a magán-egészségbiztosítás Franciaország és Hollandia kivételével minden európai országban.

3.3. Magán-egészségbiztosítás

A magán-egészségbiztosításnak nincsen domináns szerepe az európai régió egészségügyi rendszereinek finanszírozásában. Az európai államok hagyományaiknak megfelelően igyekeztek azt az alapelvet megtartani, amelynek értelmében minden állampolgárnak

egyéni fizetőképességére való tekintet nélkül rendelkezésére áll az állam vagy a társadalombiztosítás által finanszírozott egészségügyi ellátás. A régió kívüli országokban, pl. az Amerikai Egyesült Államokban ahol a magán-egészségbiztosítás önkéntes, és nincs mellette megfelelő szabályozás, csorbát szenved a méltányosság és az ellátáshoz való hozzáférés, a költségmegtörlesztés és a hatékonyság. Ez a megoldás még szabályozás mellett sem jelenti az egészségügy finanszírozásának a hatékony és méltányos módját.

4. Összegzés

Az orvosilag lehetséges és a gazdaságilag megvalósítható egészségügyi ellátórendszer működtetése a hagyományos keretek között egyre kevésbé megoldható. Az egyes országok (és az egészségügyi világszervezet) keresik az utat a hatékonyabb, hozzáférhető, társadalmi elvárásoknak is megfelelő egészségügyi rendszerekhez. Az egészségügyi reformok célja a jó minőségű, páciensközpontú, költségérzékeny megoldások alkalmazása. Ehhez országonként és ellátási területenként változó mértékben szükséges a magánszektor jelenléte a szolgáltatások nyújtásában, a finanszírozásban, a működtetésben és a befektetésekben egyaránt. Fontos, hogy ez a jelenlét jól definiált és megfelelően szabályozott legyen. Fontos továbbá, hogy a hagyományosan közfeladatnak tekintett egészségügy privát szereplői kellően tisztában legyenek az általuk ellátott tevékenységek közfeladat jellegével, valamint a kormányok és önkormányzatok partneri viszonyulása a privát szereplőkhöz.

Irodalomjegyzék

- Adorján Richárd (2001): Az emberi élet értéke Magyarországon. Statisztikai Szemle, 8. sz.
- Borbás Ilona–Dr. Kincses Gyula (szerk) (2007): Egészségügyi rendszerek az EU régi tagállamaiban. ESKI Egészségügyi Rendszertudományi Iroda, Budapest.
- Báger Gusztáv (2003): Az egészségipar az ÁSZ ellenőrzéseinek tükrében. ÁSZ Fejlesztési Módszertani Intézet
- Kornai János (1998): Az egészségügy reformjáról. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Nagy László: A magántőke pozíciója és mozgástere az egészségügy gazdaságában.
- Orosz Éva (2000): Félúton, vagy tévúton. Egészségügyünk félmúltja és az egészségpolitika alternatívái. Egészséges Magyarországért Egyesület.
- Orosz Éva: Lehetséges-e egészségpolitikai paradigmaváltás?
- PPP – egy ésszerű megoldás a magán érdekpартner bevonásával. Informatika és menedzsment az egészségügyben, 2005. 8.
- Rékassy Balázs–Kóti Tamás (2003): PPP (public private partnership), vagy megoldhatja-e a magyar egészségügy problémáját a magánszektor? Egészségügyi gazdasági szemle, 41. évf., 1–2. sz., 49. p.
- Stiglicz: A kormányzati szektor gazdaságtana.
- John Cullis–Philip Jones (2003): Közpénzügyek és közösségi döntések. Aula.
- S. Preker–A. Harding: Állami és magán szerepek gazdaságtana az egészségügyben – az intézményi közgazdaságtan és szervezetelmélet szemszögéből, <http://www.kormanyzas.hu>

DR. PHD KATONA KLÁRA:*
Tőkepiaci versenyképesség tényezőinek alakulása
Kelet-Közép-Európában

Abstract

The purpose of this paper is to analyse the FDI potential index in Central-Eastern Europe. This index was elaborated by UNCTAD to identify the main elements of competitiveness in capital market. According to international and regional researches these factors influence the investors' decisions which are the following: market size of the country, openness of the trade, state of the infrastructure, level of human capital, country risk, the labour cost and labour productivity, tax policy, tax level. The research covers the periods before and after the integration of this region to European Union. The temporal and spatial comparison concerning the influence of these factors on FDI mirrors the competitiveness of these countries (Hungary, Czech Republic, Slovakia, Poland) in capital market and proved the essential effects of the level of human capital and the infrastructure in the new member states.

***1. Bevezetés. A kelet-közép-európai régióba áramló működőtőke okai
 az EU-csatlakozást megelőzően***

A kelet-közép európai térség tökevonzó jellegét illetően alapvetően két álláspont köré csoportosíthatók az empirikus kutatások eredményei az EU csatlakozást megelőző időszakban: a térség tőkepiaci versenyképessége vagy a megszerezhető új piac, vagy a termelési költségek csökkentésének lehetőségén (munkaerőköltség, adókedvezmények stb.), esetleg mindkettőn alapult.

A kutatások többsége a piacorientált befektetések dominanciája mellett érvelt (Meyer [1995], Lankes és Venables [1996], Tüselmann [1999], EBRD 2000. évi felmérése). A költségcsökkentés jelentősége csak az exportorientált vállalatok esetében volt kimutatható, illetve az adókedvezmények önmagukban nem bizonyultak kellően hatékony eszköznek a külföldi befektetők motiválásában (Beyer [2002], Milan Sedmíhradský–Stanislav Klazar [2002], Edmiston, K.–Mudd, S.–Valev, N. [2003]).

Közvetlenül az EU-csatlakozást megelőző időszak tőkeáramlását elemezve Patkó (2003) a befektetői döntéseket befolyásoló tényezők között megkülönböztet régiósajátosságokra (földrajzi elhelyezkedés) és szubregionális előnyökre visszavezethető elemeket. Az előbbieket szerint a térség országai azonosnak tekinthetők. Az utóbbiakban különböznek. A szubregionális előnyök további csoportokra bonthatók a profitabilitás (piacméret, input-költségek, elérhetőség) az országjellemzők (politikai, gazdasági kockázat, makroökonómiai stabilitás, illetve az intézményrendszer szilárdsága) valamint a privatizáció módszere, üteme, mértéke szerint. Elemzése alapján a profitabilitás és az országjellemzők vonatkozásában nem volt lényegi különbség a vizsgált országok között 1999–2003-ban. A privatizációt illetően azonban már tapasztalható eltérés. A működőtőke-áramlás ennek az egy tényezőnek a következményeképpen 1999–2003 között különbözőképpen alakult a térségben: GDP arányosan a legtöbb külföldi működőtőke (FDI) Csehországba és Szlovákiába áramlott, Magyarország és Lengyelország a korábbi szinten maradt. A privatizáció tehát meghatározó jelentőségű volt a térség FDI áramlásának éves alakulásában.

* Docens – PPKE JÁK, Budapest.

A régió gazdaságainak tőkeakkumulációja kulcsszerepet játszott a gazdasági átalakulásban és növekedésben, mely az Európai Unióhoz való csatlakozáshoz vezetett. Dobrinsky (2007) szerint azonban a beruházások megvalósítását akadályozó pénzügyi korlátok felszámolásában szerepet játszó három forrás (hazai megtakarítások, FDI, bankhitel) közül a kelet-közép-európai térségben a banki hitelezésnek nagyobb szerep jutott, mint a külföldi tőkebefektetéseknek, ami a magas színvonalú bankrendszer gyors kiépülésének tudható be.

A csatlakozást, 2004-et követő időszak tőkeáramlásának vizsgálatához még viszonylag rövid idő áll rendelkezésre. Az elemzést nehezíti továbbá, hogy a nemzetközi statisztikákban a régiót már nem kezelik elkülönült térségként, hanem a fejlett, európai országokkal esnek egy tekintet alá. Kérdés, hogy a tőkepiaci versenyképesség szempontjából mennyire igaz ez a besorolás. Az alábbiakban erre keressük a választ.

2. Az UNCTAD által meghatározott tőkevonzó tényezők a kelet-közép-európai régióban

Az UNCTAD éves beszámolóiban (World Investment Report: WIR) többféle arányszámot, indexet dolgozott ki, melyek segítségével mérhetővé válik a világ különböző térségeibe érkező tőke oka és jelentősége a befogadó ország vonatkozásában. Ezeknek az arányszámoknak az alakulását a szervezet régióként is kimutatja, ugyanakkor Kelet-Közép-Európa elemzése – a csatlakozást követően – már csak országonként lehetséges.

A mutatók közül az FDI vonzóképeség indexek régiós alakulását emeljük ki, több okból kifolyólag. Először is versenyképességi szempontból ez az arányszám a leginformatívabb. Másodszor ennek az indexeknek az alakulása követhető nyomon az elmúlt 15–20 év folyamán az UNCTAD éves jelentéseiben.

Az FDI vonzóképeségi index egy összetett mutató. Tizenkét magyarázó változó segítségével kalkulálható ki, hogy egy adott ország tőkepiaci versenyképessége milyen mértékű. A változók a következők: GDP növekedési üteme, GDP/fő nagysága, export volumene a GDP-hez viszonyítva, telefonvonalak és mobilkészülékek száma a lakosságra vetítve, felhasznált energia/fő mértéke, K + F-kiadások nagysága a GDP-hez viszonyítva, felsőfokú tanulmányokat végzők száma a teljes népességhez viszonyítva, országkockázat mértéke, a nyersanyagok és szolgáltatások exportja a világexport %-ban, elektronikai eszközök és autók importja a világ import %-ban, a beáramló FDI a világ FDI %-ban.

Kelet- és Közép-Európa a XXI. század elejére felzárkózott világátlaghoz, FDI vonzóképeség indexe elérte a 0,221-et. (A világátlag 0,220). Ugyanakkor 1988–2003 közötti időszak átlagában egyetlen térségbeli ország sem jutott be az első 25 ország közé a tőkevonzó képessége alapján. Az EU csatlakozást követően sem változott a helyzet, az új tagállamok a 33–53. helyezés között találhatók a rangsorban.

A régió tőkevonzóképesége mellett fontos látnunk azt is, hogy a régió egyes országainak teljesítménye milyen mértékben befolyásolja a külföldiek befektetési döntéseit, illetve melyek azok a faktorok, amelyek erősítése-gyöngítése révén a tőkepiaci versenyképesség növekszik.

3. A regressziós modell

A makrogazdasági változások külföldi működőtőke-beruházásokra gyakorolt hatásának vizsgálata regressziós egyenlet segítségével történt. A lineáris regressziós egyenlet képlete az alábbi:

$$FDI = a_0 + \sum_{j=1}^n b_j X_{jt} + \sum_{j=1}^m g_j Z_{jt} + e_t$$

Ahol X az UNCTAD által meghatározott magyarázó változók csoportja, Z pedig a speciálisan a kelet-közép-európai országok vonzóképességét befolyásoló változócsoporthoz tartozó. A kutatás kiterjed az egyes tényezők és a működőtőke-áramlás korrelációjának elemzésére, valamint az autokorreláció kiszűrésével az egész modell (az összes faktor együttesen) magyarázó erejének vizsgálatára.

A hatótényezők volumenének meghatározásában és nemzetközi viszonylatban való értékelésében az OECD és az UNCTAD WIR adatbázisai nyújtottak segítséget. Csak azok a változók kerültek be a modellbe, melyek az időszak egészére vonatkozóan, teljes körűen elérhetők voltak. A magyarázó változók az ország versenyképességét és a gazdaságpolitikai beavatkozás mértékére jellemző tényezőket tükröznek, melyek a következők: a piac mérete, a kereskedelem nyitottsága, a modern infrastruktúra állapota, a humántőke színvonala, a munkaerő költsége és az adózás szintje.

A regressziós egyenletben kétfajta külföldi működőtőke adatsor jelenik meg az eredményváltozók között. Az egyik, a rövid távú hatásokat, az adott évi FDI változását mutató folyó(flow) adatok, a másik a hosszabb távú hatásokat (illetve a működőtőke megtartásának képességét is) érzékelhető állományi(stock) adatok voltak. A vizsgált időszak 1995–2007 közé esett az FDI flow adatok esetében és 2000–2007 közé a stock adatok vizsgálatakor.

A vizsgálatba bevont országok: Magyarország, Csehország, Szlovák Köztársaság és Lengyelország. (Ez utóbbi, a munkaerő költségadatának hiányában, nem minden modellben szerepel.)

4. A regresszió eredménye az egyes magyarázó változók vonatkozásában

	FDI flow			FDI stock		
	Pearson corr.	R2	sig	Pearson corr.	R2	sig
Import volumen (USD)	0,825	0,681	0,000	0,980	0,961	0,000
Export volumen (USD)	0,775	0,601	0,000	0,950	0,902	0,000
Átlagos óradíj (USD vásárlóerő-paritáson)	0,668	0,446	0,000	0,912	0,831	0,000
Népesség létszáma	0,528	0,278	0,000	0,426	0,181	0,015
Telefonellátottság/ fő	0,514	0,265	0,000	0,720	0,519	0,000
Felsőfokú végzettségűek aránya a népességen belül	0,499	0,249	0,001	0,789	0,622	0,000
GNI /fő (USD vásárlóerő-paritáson)	0,367	0,135	0,006	0,515	0,265	0,003
GDP növekedési ütem	0,350	0,123	0,015	0,259	0,067	0,184
K + F kiadások /GDP	0,063	0,004	0,659	0,269	0,072	0,143
Átlagos munkabérré jutó adóteher (%)	-0,103	0,011	0,575	0,149	0,022	0,451
Jövedelem- és nyereségadó bevétel /GDP	-0,107	0,011	0,455	-0,006	0,000	0,977
Külkereskedelem / GDP (%)	-0,283	0,080	0,042	-0,092	0,009	0,615
GDP (USD vásárlóerő-paritáson)	-0,327	0,107	0,014	-0,325	0,105	0,070
ULC (munkaerő bére/ munkaerő hozzáadott értéke)	-0,362	0,131	0,010	-0,576	0,332	0,001
TB járulék munkabérré vetített aránya (%)	-0,387	0,150	0,003	-0,367	0,134	0,039
Oktatásra költött közkiadások aránya (%)	-0,390	0,152	0,044	-0,428	0,183	0,042
Társasági adó mértéke (%)	-0,405	0,164	0,002	-0,486	0,236	0,005

Vastagon kiemelt változók: 1%-os szignifikanciaszinten szignifikánsak.

Dőlt betűvel kiemelt változók: 5%-os szignifikanciaszinten szignifikánsak.

Nem kiemelt változók: nem szignifikánsak.

5. A regresszió eredménye a modell egészének vonatkozásában

Három magyarázó változó kiszűrését teszi szükségessé a modell értelmezhetősége. Ez a három tényező: az import és az export volumene, valamint a munkaerő költségét reprezentáló óradíjak. (A munkaerőköltség hatásvizsgálatát csak három ország adatsora tette lehetővé: Magyarország, Csehország, Szlovák Köztársaság). Mindhárom változó olyan erős magyarázó erővel bír ugyanis, hogy a többi faktort kiejti a modellből. Ebből a tényből még önmagában nem következne, hogy figyelmen kívül hagyjuk őket a modell elemzésekor, azonban különböző okokból kifolyólag túl erős hatásuk elfedi a többi, szintén fontos tényező jelentőségét.

Az import- export kapcsán felmerül a gyanú, hogy nem magyarázó, hanem függő változokról van szó, vagyis az országok import és export teljesítményének növekedését a működőtőke beáramlás indukálja, nem pedig fordítva, tehát a kauzalitás iránya ellenkező előjelű. Ez a nagyon szoros, szinte determinisztikus összefüggés sok mindenre rámutat, de a külföldi befektetők döntései motivációjának értelmezését nem segíti elő.

A munkaerő költségének növekedése pozitív (!) és erős magyarázó erővel bír a tőkebefektetési döntésekre, mely a szakirodalom alapvetéseivel ellentétes jelenségre utal.

Ugyanakkor az elméletben még oly kézenfekvőnek tűnő negatív összefüggés a munkaerő ára és az működőtőke (FDI) beáramlása között az empiria tükrében már korábban sem mindig igazolódott be. Nagyon vegyes képet mutatnak a tapasztalati tények, a szignifikánsan negatív kapcsolattól a semleges át, a szignifikánsan pozitív korrelációig, mindenféle kapcsolat megtalálható. A munkaerő árának növekedése tehát akár ellentétes hatást is gyakorolhat a tőkeáramlásra, vagyis nem elriasztja, hanem vonzza azt. Ennek több magyarázata is lehetséges. Előfordul például, hogy a munkabér növekedése a tőkeintenzív ágazatok felvirágzását eredményezi, ezáltal kedvez a tőke beáramlásának. Másrészt a munkaerő árának hatása nem választható el annak termelékenységétől sem. Ha a befogadó ország bérnövekedésének ütemét meghaladja a munkaerő termelékenységének növekedési üteme, akkor az ország továbbra is vonzó tud maradni a tőkebefektetők szemében. A munkaerő termelékenységét az előállított termék és a munkaerő költségének hányadosával az ún. ULC (unit labour cost) mutatóval mérik, mely minél kisebb, annál vonzóbbá teszi az országokat a befektetők szemében. (A regressziós egyenlet külön hatótényezőként kezeli az ULC mutatót, mely egyébként – a várakozásoknak megfelelően – negatív és gyengéközepes hatású tényező, a modell egészének magyarázatához azonban nem járul hozzá) És végül, de nem utolsó sorban a munkaerő ára és termelékenysége szorosan összefügg a munkaerő minőségével is, mely szintén meghatározó jelentőségű a tőkevonzás szempontjából.

A regressziós modellben kimutatott erős korreláció a kelet-közép-európai térségben leginkább ez utóbbi megállapításra vezethető vissza, vagyis azzal magyarázható, hogy a növekvő munkabér a térség gazdasági felzárkózásának megnyilvánulása a humántőke színvonalában, így költségében is.

Ha e három tényező hatását kiemeljük a modellből (a lengyelországi adatsorból alapvetően hiányzott a munkaerő költségére vonatkozó adatsor), akkor a következő összefüggések állapíthatók meg az FDI flow és stock volumenének változására.

A rövid távú hatást tükröző flow eredményváltozót a négy vizsgált országban együttesen a telefonvonalakkal való ellátottság magyarázza a legerőteljesebben. Ez a vizsgálati eredmény egybeesik egy korábbi, széles adatbázison nyugvó elemzés konklúziójával. A tőkevonzó index érvényességi körét Moosa–Cardac (2003) 140 országra kiterjedő empirikus kutatásában tesztelte. A kutatás eredményeképpen arra a megállapításra jutottak, hogy az index elemei közül kettő, a telefonvonalak száma és az export GDP-hez viszonyított

aránya mutat minden régióban érvényesen szignifikáns kapcsolatot a működőtőke beáramlással. (Elemzésünk az export hatását is visszaigazolja, de valószínűsíthető, hogy a többi vizsgált országban is fordított az ok-okozati viszony, tehát az export növekedés a működőtőke import hatásának tudható be, nem pedig fordítva.)

Az FDI stock adatok esetében is megjelenik a modern infrastruktúra színvonalát tükröző telefonvonalak egy főre vetített száma, azonban magyarázó erejét tekintve csak a harmadik helyen. A hosszú távú tőkebefektetési döntések háttérében a kelet-közép-európai térségben első helyen a felsőfokú végzettségűek népességhez viszonyított aránya, második helyen pedig a társasági adó alakulása áll. Ez az eredmény aláhúzza annak az elemzésnek az állítását, mely a Magyarországra áramló külföldi működőtőke motivátorait 2003-ig elemzi és szinte determinisztikusan nagy jelentőséget tulajdonít az FDI stock meghatározásában a felsőfokú végzettségűek növekvő arányának (Katona [2007]).

6. Összefoglalás

A kutatás kísérletet tett arra, hogy a kelet-közép-európai térség tőkepiaci vonzóképességének lehetséges okait feltárja. A felállított modell alapját a nemzetközileg elfogadott tőkevonzó index elemeinek és a működőtőke beáramlás volumenváltozásának hatásvizsgálata képezte, melyet regressziós egyenlet segítségével végeztünk el. Az elemzés eredménye rámutatott arra, hogy a humántőke minőségének növekedése a külföldi tőkebefektetési döntéseket alapvetően meghatározza, nemcsak Magyarországon, hanem a kelet-közép-európai térség egészében. A régió országai tehát a magasabb hozzáadott értékű termékek és szolgáltatások vonzásában versenyeznek egymással, és ez az a terület, amelyben a világ többi régiójához viszonyítva versenyképesek tudnak maradni a tőkepiacon.

Irodalomjegyzék

- Beyer, J. (2002): "Please invest in our country" – how successful were the tax incentives for foreign investment in transition countries? – *Communist and Post-Communist Studies*, Volume 35, Issue 2, pp. 191–211.
- Dobrinisky, R. (2007): Capital accumulation during the transition from plan to market – *Economics of Transition* Volume 15(4) 2007, 845–868.
- Edmiston, K.–Mudd, S.–Valev, N. (2003): Tax Structures and FDI: The Deterrent Effects of Complexity and Uncertainty – *Institute for Fiscal Studies*, vol. 24, no. 3, pp. 341–359.
- Katona, K. (2007): Vonzások és választások a tőkepiacon – Gondolat Kiadó.
- Klazar, S.–Sedmihradsky, M. (2002): Tax Competition for FDI in Central-European Countries. CESifo Working Paper No. 647 (1).
- Lankes, H. P.–Venables, A. J. (1996): 'Foreign direct investment in economic transition: the changing pattern of investments' – *The Economics of Transition*, vol. 4, no. 2.
- Meyer, K. (1995): 'Direct Foreign Investment in Eastern Europe. The Role of Labour Costs' – *Comparative Economic Studies*, vol. 37, no. 4, pp. 69–88.
- Moosa, I. A.–Cardak, B. A. (2003): The Determinants of Foreign Direct Investment: An Extreme Bounds Analysis, School of Business discussion paper A 03.02. Bundoora: La Trobe University, School of Business.
- Patkó, Sz. (2003): A magyar működőtőke-áramlás alakulása regionális összehasonlításban – ICEG EC Vélemény VIII.
- Tüselmann H. J. (1999): German direct foreign investment in Eastern and Central Europe: relocation of German industry? – *European Business Review* Volume 99, Number 6, pp. 359–367.

Mika János^{*}–Dr. Turcsányi Katalin:^{**} Kihívások és reformok a közszektorban

Abstract

Services form and content of Financial base function of the welfare state was increasing on the development countries still economic crises of '70s was queried on the twentieth century by increasing change of economy of 60's. Confidence of political institution systems significantly decrease on the part of the development countries at same time. At 80's reforms and development programs were entered on the public sector. Priority of private sector are advertised by programs on the first wave of reform programs and these programs was mainly typical, which has target. The target is a privatisation of the public sector. Further on these programs are complemented with outsourcing of public sector and more complex proposal of realignment of public sector. Programs got similar lines and technology (leadership, reorganization steps) and on the other trend of reform. Mainly question of reforms and equilibrium between public and private sector are reviewed by this study

1. Bevezetés

A XIX. századig a honvédelem, rendvédelem és az igazságszolgáltatás voltak a kormányzatok által ellátott alapvető közfeladatok, melyeket kiegészített az előbbiekhöz, és a kormányzó (uralkodó) elit fenntartásához szükséges adóztatási, nyilvántartási rendszer. Az ezzel a területtel foglalkozó tudományterület, a közigazgatás-tudomány a XVIII–XIX. század folyamán született francia és német polgári társadalomtudósok ez irányú munkássága nyomán. Az ipari forradalom és annak hatása a társadalmi környezetre alapvetően megváltoztatta a közszektor feladatait. A hagyományos közigazgatási (államigazgatási, hatósági) feladatok mellett megjelentek a szervezési, szolgáltatási feladatok. Az ipari területek körüli urbanizáció, a munkaterületek specializációja, a munkásosztály megjelenése csak néhány az iparosodás főbb hatásai közül, melyek a hagyományos közigazgatási funkciókat újabb közszolgáltatás-típusú feladatokkal egészítették ki. Ezek a változások tehát új szerepek felvállalására kényszerítették az államot, olyanokéra melyeket korábban a család, a kisközösség vagy az egyház látott el. Az iparosodással, a városiasodással párhuzamosan – az új társadalmi közösségek részéről – először a közegészségügyi ellátás, az alapfokú oktatás, és a közbiztonság iránti igény jelent meg. Az adóbevételek jelentős növelése volt szükséges az új feladatok feltételeinek megteremtéséhez. A közszektor mérete, forrásigénye dinamikusan növekedett, ami új szervezési-vezetési módszerek alkalmazását tette szükségessé a közfeladatok ellátásában és szakmai tudást igényelt. A hagyományos közigazgatási funkció kiegészült a közszolgáltatásokkal, melyekkel szemben – különösen a II. Világháború után – folyamatosan fogalmazódtak meg újabb igények.

Előbbi változások hatására jelent meg az új közigazgatás-szervezési, -vezetési és közszolgáltatás-ellátási feladatoknak megfelelően, a hagyományos közigazgatás-jogi (államigazgatási, hatósági) megközelítés mellett a közigazgatás menedzsment-típusú megközelítése, mivel a közigazgatás immár új (szervezési-szolgáltatási) módszereket igényelt, melyek alkalmazása, tanulmányozása, értékelése az addigiaktól eltérő, új ismereteket követelt meg.

^{*} Hallgató – BCE KIK – PTE ETK ZKK.

^{**} Tanársegéd – BCE KIK – PTE ETK ZKK.

2. Kihívások a közszolgálati szektorban

A 60-as években elindult társadalmi folyamatok és a hetvenes évek gazdasági válságának hatása a közszolgálati szektorra a nyolcvanas években csúcsosodott ki. Az ebből eredő kihívások megoldása még ma is a legfontosabb feladatát képezi a kormányzati reformoknak:

- A hetvenes évek gazdasági válságának eredményeként a kormányzatok hatalmas költségvetési deficitet és inflációval szembesültek, a folyamatosan növekvő jóléti állam és a válságban lévő gazdaság csökkenő adópotenciáljának köszönhetően.
- A hatvanas és nyolcvanas évek között más területeken is hatalmas változás ment végbe. A technológiai fejlődés széles körű automatizációt eredményezett, ami csökkentette az ipari foglalkoztatottságot. Megkezdődött az információs technológiai forradalom. A közszektor számára ennek negatív hatása a szociális feladatok növekedésében jelentkezett.
- A háború utáni nemzedék megváltozó – döntően bővülő – igényei és elvárásai részben a magasabb szintű és szélesebb körű képzésükből adódtak. Ezt csak erősítette az információk szabad áramlásának, hozzáférhetőségének ugrásszerű fejlődése. Az új igények és elvárások új szolgáltatások megjelenését eredményezték az üzleti szektorban, de hasonló nyomás alá helyezték a kormányzati szférát is. A magánszektor ügyfél-központúsága és az általa alkalmazott egyre fejlettebb technológia éles el-
lentmondásba került a jóléti állam sztenterd közszolgáltatásaival, ami természetesen növelte az utóbbival való fogyasztói elégedetlenséget.

A kereskedelmi liberalizáció, a közlekedés- és szállítástechnika fejlődése és az információs-forradalom hatására kialakult globalizációs folyamat ugyancsak hatással van a közszektorra, hiszen a nemzetgazdaság nemzetközi helytállásához szükséges a magas színvonalú közszolgáltatás, mint például az oktatás, vagy az infrastruktúra.

A világméretű gazdasági versenyen belül kedvezőtlen hatással van a jóléti állam adószükséglete az üzleti szféra nemzetközi versenyképességére.

A fejlett országokra jellemző előregedés és ezzel a dolgozók arányának csökkenése is megkérdőjelezi a jóléti állam közszolgáltatási szintjének fenntarthatóságát

Az információk szabad áramlásának, a kommunikációs eszközök, az elektronikus médiumok fejlődésének köszönhetően illetve a képzettség általános javulásából következett a politika belső folyamatainak nagyobb nyilvánossága illetve a politikusok tevékenységének és mindennapjainak megismerése. Előbbiek – a korábbi információszegény helyzethez – képest egyértelműen negatív irányba befolyásolták a politikusok megítélését és egyes országokban botrányokhoz, válságokhoz vezettek. A politikusokkal szembeni bizalmatlanság – országoként változó mértékben – ma is jellemző.

Az előbbiekben felsorolt kihívások modern nemzetállam válsághoz vezettek: a nemzetállam belső hatalmi szerkezetének megkérdőjelezéséhez; az állam legitimitásának válságához; a kölcsönös – nemzetek közötti – függőség kényszeréhez; az állam teljesítményének válságához. A társadalmi és gazdasági környezetben végbe menő alapvető változások konfliktusokat eredményeztek tehát a közzféra működésében:

- Konfliktust eredményeznek a jóléti állam folyamatosan növekvő költségei és a csökkenő kormányzati források. A közszolgáltatások megkuratítása elégedetlenséget váltana ki az érintett polgárok közt és természetesen a szolgáltatások körének vagy színvonalának csökkenését eredményezné.
- Konfliktust okoz a társadalom jellemzőinek alapvető változása és a közszektor szemléletének és működésének változatlansága. A kormányzati szféra szervezetének felépítése nem sokat változott a XX. század eleje óta (ami az akkori – ipari – kor

igényeinek meg is felelt). Bár a jóléti állam növekedésével a közszféra újabb és újabb módszereket próbált ki a közszolgáltatások előállításában, alapvető szervezeti struktúrája, belső folyamatai és ügyfélkezelésének szemlélete alig változott. A gazdasági és társadalmi környezet azonban módosult. Egy információ-intenzív, versenyközpontú társadalom jött létre a fejlett országokban, ahol az információ már nem állami monopólium és a képzetek aránya is jelentős. A bürokratikus közszféra az információs kor sokszínű társadalmát az ipari társadalom homogén csoportjai számára kidolgozott egyenmódszerekkel próbálta kiszolgálni. Konfliktus jelentkezett a statikus intézmények és a változó társadalom között ill. a sztenderd közszolgáltatások és az új típusú (információs; szabadidős) társadalom új igényei között

A társadalom igényeinek változása és a költségvetési nehézségek megjelenése esetén kétféle (hagyományos) kormányzati válasz létezett: az adók emelése vagy a közszolgáltatások körének szűkítése. Mindkét válasz azonban a kormányzatokkal szembeni elégedetlenséget eredményezett. A fejlett (jóléti) országok gazdasága a versenyképesség csökkenése nélkül már nem tudta volna elviselni az adóztatás növekedését (a hetvenes évek gazdasági válságai és a globalizáció hatása nyomán), miközben a társadalom igénye megnőtt a változatosabb, rugalmasabb közszolgáltatások iránt. A negatív költségvetési tervezés és a stagnáló gazdasági környezet esetén a közbevételeket biztosító adóbefizetések és a közkiadásokat biztosító költségvetési tételek közötti kapcsolatot alapvetően újra kell gondolni. A közszektor megújítására törekedve tehát többirányú célrendszer fogalmazódik meg, mely tartalmazza a közszektorban a megtakarítások elérését, a közszolgáltatások hatékonyságának, eredményességének és minőségének javítását, a közszektor elfogadottságának növelését (helyreállítását). Az új kihívások új típusú válaszok megfogalmazását igénylik az országok nemzetközi versenyképességének megőrzéséhez, a költségvetések kiegyensúlyozásához és a kormányzatok támogatásának visszaszerzéséhez. Ezek a megoldások, ha egyszerre akarnak válaszolni az összes kihívásra – ami szinte lehetetlen –, akkor egy időben igényelik az olcsóbb, jobb, rugalmasabb kormányzati intézmények és közszolgáltatások kialakítását. Ezen – részben egymással is ellentétes – célok megvalósítása érdekében több országban is közszektor reformok kerültek bevezetésre különböző mértékben és formában. A reformok bevezetése egyes országokban fokozatosan az igények felismeréséből és azokhoz igazodva másutt nagyobb léptékben politikai célokat is szolgálva történt, ill. történik. A modernizációs vita sokszor nem csak a kormányzati intézmények szerkezetét vagy a közszolgáltatások előállításának módszereit érinti, hanem megkérdőjelezi azok méretét, céljait és tevékenységi területeit is. A kormányzatok makroszinten is szembesülnek a reformok szükségességével, amikor az állami és piaci mechanizmusok közötti egyensúlyt keresik.

4. Válasz a kihívásokra: közszektor-reformok

Az ismertett kihívások nyomán születő első nagyszabású reformok úttörői a Thatcher kormányzat (az Egyesült Királyságban) és a Reagan adminisztráció (az Egyesült Államokban) voltak. Az általuk megtestesített „Új Jobboldal” (New Right) filozófiája elutasította a jóléti államot, rámutatott a közszektor alacsony hatékonyságára és propagálta az üzleti szektor (versenyszféra) hatékonyságát. Az elavultnak tekintett bürokratikus kormányzati szektor és a hatékony versenyszféra összehasonlítása kormányzatellenes divatot és retorikát szült az „Új Jobb” politikusai közt, ami elsősorban a kormányzati szektor méretének dinamikus csökkentését – privatizációval – és másodsorban a cégmenedzsment módszereinek széleskörű átvételét tartotta megoldásnak. A feltételezés az volt, hogy a két szektor hasonló, tehát ami sikeres az üzleti szférában az jól működhet a közszektorban is. A másik

feltételezés az (volt), hogy az üzleti szektor hatékonyabb, így a közszolgáltatások átadása az üzleti szférának csak javíthat rajtuk. A reformok sok esetben – mivel a gyakorlatban nem vizsgált feltételezéseken alapultak – közsféra-ellenes, csupán költségcsökkentést célzó eszközöknek bizonyultak, melyek körében – a korábban uralkodó – jogszerűségi, méltányossági szempontokat nem kiegészítette, hanem felváltotta a hatékonyság szempontja.

A nyolcvanas évek elejétől több gyakorlati és elméleti szakember is támogatta a sikeres menedzsment módszerek alkalmazását a közszektorban és a privatizáció, illetve a verseny bevezetését a közszolgáltatások ellátásában. Azonban a folyamat egyes korlátaira is felhívták a figyelmet, melyek szerint: a közszektor nem menedzselhető a versenyszféra mintájára; a privatizáció nem általános megoldás és nem alkalmazható minden közszolgáltatás esetében.

Mások még jobban kiemelték – alapvetőnek tartva – a szektorok közti különbséget és rendkívüli óvatosságra intettek a piaci típusú (MTM) módszerek átvételének, illetve a közszolgáltatás privatizációjának esetére. A reformdivat kritikusai szerint a menedzsmentlista, piaci típusú reformok kontrollálatlan bevezetése a közszolgáltatások területén akár a demokratikus értékek megsértéséhez is vezethet, hiszen például a hatékonyság és a társadalmi szolidaritás szembekerülhet egymással. Az elmúlt 15–20 év tapasztalatai szerint az is megkérdőjeleződik, hogy az említett reformok valóban elérték-e céljukat.

Vajon az állam vagy a piac biztosítja jobban a hatékonyságot vagy az igazságosságot erre nincs egyértelmű válasz. A kormányok és a piacok a tökéletlen alternatívák közötti választási lehetőséget jelentik. Az állam és a bürokrácia kóros túlnövekedésére sem a nagyobb politikai ellenőrzés (ami csak növeli a bürokráciát), sem a radikális privatizáció (mely magánmonopóliumokhoz vezethet) nem kielégítő megoldás.

Magyarországon tizenhét év alatt a közintézményi szféra létszáma 300 ezerrel csökkent, a közhatalmié viszont 150 ezer fővel nőtt, azaz a megnövekedett feladatok ellátását elsősorban a létszám növelésével, nem pedig a szolgáltató oldali folyamatok racionalizálásával oldották meg. A közigazgatás informatizálása elsősorban a szervezeti folyamatok modernizálását jelenti, ami sok esetben inkább attitűdbeli, kulturális, munkaszervezési változásokat igényel. Ez a folyamat pedig jóval hosszabb, mint egy informatikai rendszer felállítása.

Magyarország viszonylag jól halad az unió által előírt 20 minimális közigazgatási szolgáltatás elektronikus úton való elérésében. Hazánkban viszont pillanatnyilag nem ismertek – miután teljes mértékben hiányoznak az erre irányuló kutatások – azok a felhasználói, állampolgári igények, amelyekre támaszkodva a fejlesztéseket, azok irányát meg lehetne határozni.

A közigazgatási és benne a kormányzati munka újragondolása és gyakori átszervezése lehetővé teszi, sőt sürgeti a privát szektor tudásmenedzsment-tapasztalatainak adaptációját. A szerkezeti, szervezeti, kulturális változtatások és a szükséges technológiai fejlesztések komplex rendszere tudásközpontú szervezeti működést igényelnek. Az állampolgároknak nyújtott szolgáltatások tartalmi menedzselése, az egykapus e-kormányzati szolgáltatások kialakítása hatékony adat-, információ- és tudásmegosztást, illetve együttműködést igényel a különböző intézmények és szereplők között.

A jövőben a mesterségesen szétválasztott központi és önkormányzati közigazgatás sok esetben párhuzamos elektronizációjának összehangolására lesz szükség. Több mint negyven e-önkormányzati fejlesztés indult több milliárd forint ráfordítással, mégis, a helyhatósági közszolgáltatások on-line elérhetősége gyerekcipőben jár. Óriási gondot jelent, hogy a helyi szinten kialakított informatikai rendszerek nem lesznek képesek összekapcsolódni az Ügyfélkapuval, egymással, a nagy államigazgatási rendszerekkel (OEP, TB stb.), s ezek koordinálását jelenleg senki nem felügyeli az államigazgatásban.

4.1. Kormányzati reform a közszférán kívül

Olyan kormányzati reformra van szükség, amely pozitív külső hatások kihasználására törekszik, és hatását tudatosan erősíti a közszférán kívül is.

A közigazgatásban és közszolgáltatásban az információs írástudás javítása hatással van a dolgozók közvetlen családi és rokoni, baráti hálózataira is, így a technológiai innovációk hálózatos terjedésével nem felülről, hanem belülről, lokálisan ösztönözhető az IKT-használat. Hasonlóképpen segítheti a helyben hozzáférhető közszolgáltatások – és a közvetlen előnyök birtokában igénybe vett elektronikus szolgáltatások –, a demokrácia új, elektronikus eszközeinek, formáinak terjesztése a digitálisan írástudatlanok felzárkóztatását, s ezen keresztül a társadalmi részvétel erősödését és a felelősségvállalás növekedését is. A kormányzati reformnak ez különösen fontos, de jelenleg jellemzően háttérbe szoruló feladata.

5. Összegzés

A közszektorral szembeni elégedetlenség egyes szerzők szerint nem elsősorban a közszolgáltatásokkal szembeni elégedetlenségből, hanem a politikusokkal szembeni bizalmatlanságból származik ezért megoldása semmiképp sem a közszféra lebontása. A nagyszabású reformokban élenjáró Nagy-Britanniát és Egyesült Államokat követve más országok is reformprojekteket indítottak újukra a hasonló kihívások leküzdésére. Miközben a reformterveket gyakran hasonló céllal dolgozták ki, tartalmuk különbözik, mivel az alkalmazó országok hagyományai, politikai rendszere, kormányzati felépítése és kultúrája is eltér egymástól, ami természetesen befolyásolhatja az alkalmazott módszerek eredményességét is.

A különböző országok eltérő megközelítést alkalmaznak a közszektor modernizációja során különböző stratégiával, időzítéssel a menedzsment eszközök eltérő összetételét használják fel, amikor a többé-kevésbé hasonló – legalábbis konvergáló – célokat el akarják érni.

Felhasznált irodalom

- Hajós Sándor (2003): Régi és új menedzsmentirányzat: az outsourcing. Vezetéstudomány.
- Jenei György (1996): Közpolitika; BKE Center for Public Affairs Studies; Budapest.
- Jenei György (1999): New Public Management in a Transitional Country: The Hungarian Case; Kézirat.
- Lőrincz Lajos (1996): Közigazgatás-tudományi antológia (1. kötet); ELTE; Budapest.
- Lőrincz Lajos (1996): Közigazgatás: tegnap, ma, holnap Lőrincz Lajos (szerk): Közigazgatás-tudományi antológia (2. kötet); ELTE.
- Lőrincz Lajos–Nagy Endre–Számel Lajos (1976): A közigazgatás kutatásának tudományos irányzatai, Budapest.
- Osborne, David–Gaebler, Ted (1994): Új utak a közigazgatásban – Vállalkozói szellem a közösségi szektorban; Kossuth Kiadó; Budapest, 1994.
- Parragh László (2005): Miért fontos az államháztartás és a közszolgáltat korszerűsítése? Pénzügyi szemle 2005/1.

MILE CSILLA¹–VÉGH KATALIN²–CSATH MAGDOLNA³–ÉGER ISTVÁNNÉ⁴–
IVICZ MIHÁLY⁵–SCHATTAMANN ÁGNES⁶–TAKÁCS LÁSZLÓ⁷

A magyar és a szlovák kis- és középvállalkozói szektor innovációs teljesítményének összehasonlító elemzése

Abstract

Based on the European Innovation Scoreboard the study intends to provide a comparative assessment of the innovation performance of Hungary and Slovakia. The assessment extends to a wide range of indicators covering structural conditions, knowledge creation, innovation at the firm level, R&D expenditures. As catching-up countries Hungary's and Slovakia's innovation performances are well below the EU27 average, but the rate of improvement is above that of the EU average, especially in case of Slovakia. The low performance is attributable to both lagging innovation capabilities in the business sector and an insufficient contribution of public research organizations to the innovation system. There is a need for more stable governance of the innovation system and a more evidence-based approach to policy making in the area of science, technology and innovation policy.

1. Bevezetés

A tanulmány célja Szlovákia, illetve Magyarország innovációs teljesítményének, valamint ennek a teljesítmények a vizsgált országok versenyképességére gyakorolt hatásának elemzése. A téma aktualitását erősítik a világgazdasági recesszió által kiváltott problémák, és ezzel összefüggésben az innovatív gazdaságpolitikai lépések időszerűsége. A vizsgálat tárgyául választott két ország hasonló földrajzi, gazdasági és kulturális körülmények között, hasonló gazdaságpolitikai transzformációt maga mögött tudva, közel azonos esélyekkel léphetett be az európai versenytérbe. Fejlődési pályájuk azonban eltérő dinamikával bír. A gyakran „bezzeg országgént” emlegetett Szlovákia 2006-ban 8,9%-os gazdasági növekedést ért el, szemben a magyar 4%-kal (Index 2008). A makrogazdasági teljesítményen, munkatermelékenységen, valamint relatív költség-versenyképességen alapuló indexe (VEX) ugyanebben az évben előzte meg a magyar mutatót egy 2004-ben kezdődő erőteljes növekedési periódust követően. 2009 első negyedévében azonban a VEX jelentős mértékű, közel 5%-os visszaesést mutatott északi szomszédunknál (ugyanaz az arány Magyarországon 1,7%-os volt), amelyben jelentős szerepet játszott a konjunktúra-érzékeny szlovák járműipar recessziója (GKI 2009).

Gazdasági válságban a megújulás, az új ötletek, új módszerek alkalmazása különösen felértékelődik. Az innovációs teljesítmény a gazdaság mozgatórugójaként működve alakítja az egyes nemzetgazdaságok versenyképességét és határozza meg hosszú távon is az

¹ PhD, főiskolai docens – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

² PhD, főiskolai docens – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

³ Habil., egyetemi tanár – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

⁴ PhD, főiskolai docens – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

⁵ PhD, főiskolai tanár – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

⁶ Tanszéki munkatárs – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

⁷ PhD, főiskolai docens – Kodolányi János Főiskola Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék.

országok helyét a nemzetközi erőterben. A globalizáció „virágkorában” éppen ezért elengedhetetlen az innovációs teljesítmény fokozása, az időről időre történő megújulás lehetőségének megteremtése. Különösen fontos ez a kis- és közepes vállalkozások esetében, ha figyelembe vesszük azt a tényt, hogy az EU-ban működő 23 millió kis- és középvállalkozás (kkv) – amely körülbelül az összes vállalkozás 99%-át teszi ki, és több mint 100 millió munkahelyet biztosít. A szektor tehát alapvető szerepet játszik a gazdasági növekedésben, a társadalmi kohézióban és a munkahelyteremtésben, az innováció egyik legfőbb forrása és elengedhetetlen a foglalkoztatás fenntartásához és növeléséhez (Európai Bizottság 2008).

2. Az innovációs teljesítmény mérése

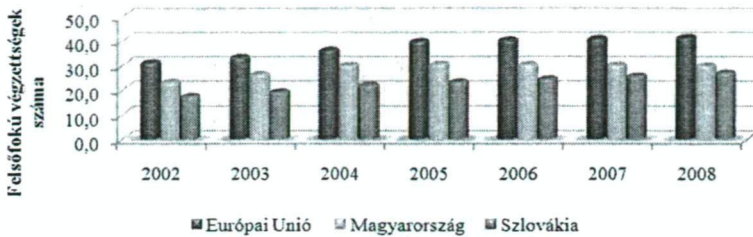
Az Európai Innovációs Eredménytábla (European Innovation Scoreboard, a továbbiakban EIS) 2001 óta követi nyomon az Európai Unió tagállamainak összesített, nemzetgazdasági innovációs teljesítményét. Az egyes országok összehasonlítását egy 29 indikátort magában foglaló, összesített innovációs mutató, az SII (Summary Innovation Index) teszi lehetővé, amely többek között kiterjed az innováció általános feltételeire, a tudásteljesítményekre és a tudás alkalmazására, a vállalkozási hajlandóságra, valamint a szellemi tőkére.

Az EU vezető innovátorai közé mindenekelőtt Finnország és Svédország, továbbá Németország, Dánia, és az utóbbi időben az Egyesült Királyság tartozik. Innovációs teljesítményét tekintve hazánk az uniós csatlakozás óta a *felzárkózó országok* kategóriájába tartozik. A felzárkózás üteme azonban évről évre lassult, ami számottevő pozícióvesztéssel is járt az ország számára. Az SII 2004-es közel 15%-os növekedési üteme 2005-ben már csak 5% körüli, majd 2006-ban –1% közelében érte el a mélypontját. Ebben az évben nem csak a növekedési ütem, de maga az index is visszaesett, Magyarország a leszakadó országok kategóriájába csúszott. A folyamat 2007-től megfordulni látszik, a 2008-as mutató azonban a korábbi fejlődési ütemet nem tudta megismételni. Szlovákia hazánkhoz hasonló utat járt be, azzal a különbséggel, hogy ott már 2005-ben közel nullára esett vissza az összesített innováció mutató javulási rátája. 2006-tól Szlovákia is lassú fejlődésnek indult, azóta hasonló értékű indexével kb. 1%-kal magasabb az éves fejlődési üteme, mint hazánknak (EIS 2008).

3. A vizsgált országok innovációs teljesítménye

3.1. Oktatás, képzés

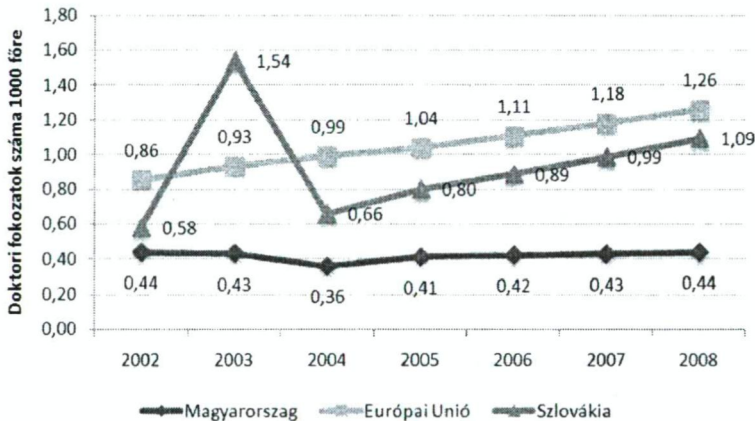
Az oktatás és képzés helyzete az innovációs teljesítmény kiinduló pontját jelenti. Az SII öt különböző mutató vizsgálatával méri fel az egyes országok teljesítményét. A mutatók kiterjednek a felsőfokú végzettséggel, illetve doktori fokozattal rendelkezők arányára, az élethosszig tartó tanulásban résztvevők arányára, valamint a fiatal korosztály iskolázottsági szintjére. A felsőfokú képesítések lakossághoz viszonyított aránya mindkét vizsgált országban az uniós átlag alatt marad, akár az évente megszerzett diplomák számát, akár a 25–65 éves korosztályban felsőfokú képesítéssel rendelkező állampolgárok számát vesszük alapul. Hazánkban aggodalomra ad okot, hogy az előbbi mutató csökkenő, míg az utóbbi emiatt lassulva növekvő tendenciát mutat.



1. ábra. Friss diplomások 1000 főre vetített száma társadalom- és műszaki tudományok területén a 20–29 éves korosztályban

(Forrás: PRO-INNO Europe European Innovation Scoreboard 2008. adatbázisa alapján saját szerkesztés. <http://www.proinno-europe.eu/index.cfm?fuseaction=page.display&topicID=437&parentID=51#>)

Hasonló a helyzet a doktori fokozatok számát tekintve. Hazánk ennél a mutatónál mélyen az EU-átlag alatti teljesítményt mutat fel stagnáló tendenciával, míg Szlovákia mutatója egyre jobban megközelíti az európai számokat.



2. ábra. Friss doktori fokozatok 1000 főre vetített száma társadalom-, műszaki és humán tudományok területén a 25–34 éves korosztályban

(Forrás: PRO-INNO Europe European Innovation Scoreboard 2008. adatbázisa alapján saját szerkesztés. <http://www.proinno-europe.eu/index.cfm?fuseaction=page.display&topicID=437&parentID=51#>)

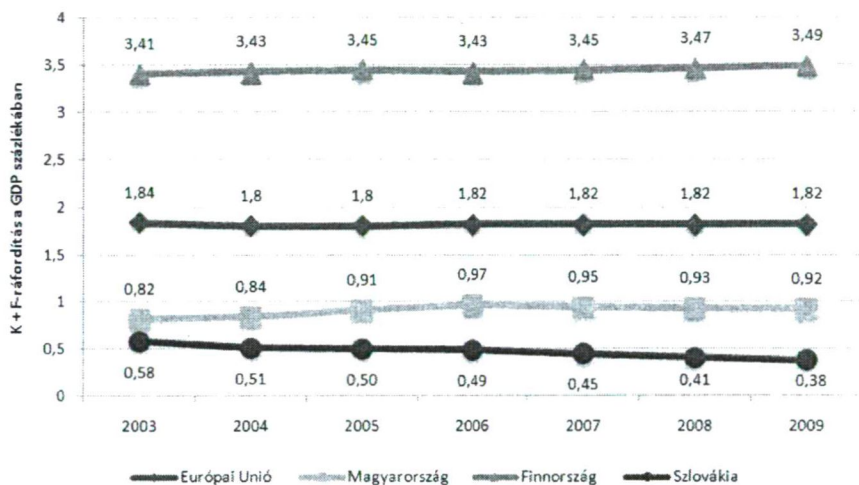
Szlovákiában hosszú távon gondot jelenthet azonban a képzés támogatásának csökkenése. Az 1989–2008/9 közötti időszakban a felsőoktatási és PhD-képzés hallgatóinak száma 3,5-szörösére emelkedett, míg a szektorra fordított állami kiadások a GDP 0,89%-áról 0,66%-ra csökkentek. A szűkre szabott támogatás nem tett jót az egyetemi kutatásoknak sem: egy szlovák egyetem sem került be a 2009-es „top 500 World Universities” kategóriába (Index 2009).

Mindkét országban drámai az elmaradás az élethosszig tartó tanulás tekintetében. Szlovákiában a 25–64 év közötti lakosság 3,5, Magyarországon pedig csupán 3,2%-a frissíti rendszeresen tudását. Az uniós átlag 9,9%, miközben az innováció vezető országok 25–30% közötti eredményeket érnek el.

Egyetlen olyan mutató van az oktatás és képzés területén, ahol mindkét ország megelőzi az EU-átlagot, ez pedig a fiatal, 20–24 éves korosztály iskolázottsági szintje. A legalább középfokú végzettséggel rendelkező fiatalok aránya Magyarországon 86,2%, Szlovákiában 90,9% volt 2008-ban. Az eredmény feltehetően az iskolarendszer működésének és az iskolaköteles korhatár szabályozásának is köszönhető.

3.2. Kutatás-fejlesztés ráfordításai

Az Európai Unió versenyképességének növelése érdekében a Lisszaboni Stratégia 3%-os ajánlást fogalmazott meg, a GDP-ből kutatás-fejlesztésre fordítandó összegre (Council of the EU 2000). Ezt az ajánlást azonban mindössze két EU-tagállam tartja be: Finnország és Svédország. Az uniós átlag 1,82%, Magyarország teljesítménye 0,92, míg Szlovákiáé mindössze 0,38%. Ezzel a teljesítményével Szlovákia a leggyengébb eredményt felmutató országok egyike; az európai mutató alig egyötödét (0,38%), éri el, ezen belül pedig az üzleti szféra ráfordítása mindössze 0,13%. A vállalkozások aktivitása egy ideje csökkenő tendenciát mutat, amit a stagnáló állami ráfordítások nem tudnak kompenzálni, így az összesített mutató folyamatosan távolodik a többi európai ország teljesítményétől.



3. ábra. K + F-ráfordítások a GDP százalékában

(Forrás: PRO-INNO Europe European Innovation Scoreboard 2008. adatbázisa alapján saját szerkesztés. <http://www.proinno-europe.eu/index.cfm?fuseaction=page.display&topicID=437&parentID=51#>)

3.3. Kis- és közepes vállalkozások teljesítménye

A vizsgált szektor innovációs teljesítménye mindkét országban jelentősen gyengébb az EU átlagánál. Az értékelés alapját négy mutató képezi. Az első esetben a kkv-k házon belül elvégzett önálló innovációs tevékenységét vizsgáljuk (az összes kkv %-ában), amelyben Szlovákia az uniós átlag felét, míg hazánk annak valamivel több, mint egynegyedét éri el. Valamivel kedvezőbb képet mutat a más vállalatokkal közös együttműködésben megvalósított innováció aránya, amelyben Magyarország 6,48, Szlovákia 7,63%-ot ér el (az összes kkv arányában) az európai 9,85%-hoz képest. A szlovák kis- és közepes vállalkozások nagyobb innovativitása az új módszerek, technológiák használati arányában is megnyilvánul. Az összes kkv arányában a szlovák kis- és közepes vállalkozások 23,7%-a vezet be valamilyen termék-technológiai innovációt és a mutató növekvő tendenciát mutat, míg hazánkban ugyanez az indikátor 2006 óta folyamatosan csökken, jelenleg 16%-on áll (az uniós átlag 32%). Kevés kkv alkalmaz szervezeti- és/vagy marketing innovációt, és összességében alacsony az alkalmazott innovációnak köszönhető munkaerő-, energia- és nyersanyagköltség megtakarítás.

4. Következtetések

Az európai összesített innovációs mutató alapján elvégzett elemzés bizonyítja, hogy hatékony innovációs teljesítmény nélkül a versenyképesség hosszú távú növekedése nem képzelhető el még egy olyan országban sem, ahol egy korábbi átgondolt gazdaságpolitikai lépéssorozat alapvetően dinamikus gazdasági növekedést produkált. Jelen gazdasági helyzetben Szlovákiának minden korábbinál nagyobb szüksége van innovációs teljesítményének növelésére, jól működő iparágai versenyképességének megtartásához. Hazánk pozíciójának erősítése érdekében ugyancsak átgondolt gazdaságpolitikai lépésekre, továbbá politikai stabilitásunk megerősítésére van szükség. Az utóbbi tekintetében az IMD – Institute for Management Development – Gazdaságkutató Intézet (Svájc, Lausanne) legfrissebb, 2009. évi elemzése szerint a vizsgált 57 ország közül a 45. helyre szorultunk, ami jelentősen visszaveti versenyképességünket (Szlovákia a 33. helyen áll).

Az innovációs folyamat alapját képező oktatás, illetve képzés területén a két ország alapvetően jó endogén potenciállal rendelkezik, hiszen a fiatalok képzettségi szintje uniós átlagon felüli. Következésképpen a hangsúlyt elsősorban a felsőoktatás erősítésére, valamint a doktori fokozatok számára kell helyezni.

Gondot okoz azonban a kutatás-fejlesztésre fordított GDP-arányos összeg alacsony aránya. Ez különösen Szlovákiában jelent sürgető feladatot, de a magyar gazdaságpolitikát is komoly, átgondolt lépésekre kényszeríti. Ez egyaránt jelenti a finanszírozás kérdésének megoldását, valamint az intézményi/minisztériumi háttér szakszerű kialakítását és működtetését. Mindkét országban problémát okoz a kutatási eredmények gyakorlati alkalmazása, az akadémiai és az üzleti szektor közötti laza kapcsolat. A kooperáció erősítése, valamint a vállalkozóbarát üzleti környezet megteremtése mind a szlovák mind pedig a magyar gazdaságpolitika halaszthatatlan feladata.

Összességében elmondható, hogy mind a kis- és középvállalkozói szektor, mind pedig az SII többi indikátora tekintetében konkrét, átgondolt intézkedéssorozatra van szükség. Az előbbinek jó alapot teremthet az európai kisvállalkozói intézkedéscsomag, amely a kkv-k működését hátráltató akadályok felszámolásával, valamint a „gondolkozz először kicsiben” elv elfogadtatásával igyekszik hozzájárulni a szektor hatékony működéséhez és növekedéséhez.

Irodalomjegyzék

- Európai Bizottság* (2008): A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának. „Gondolkozz előbb kicsiben!” Európai kisvállalkozói intézkedéscsomag: „Small Business Act” URL> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:HU:PDF>
- European Innovation Scoreboard (EIS)* (2008): Comparative analysis of innovation performance. ProInno Europe, 2009.
- GKI Gazdaságkutató Zrt.* (2009): A GKI – Microsoft versenyképességi és üzleti környezeti indexei – 2009. szeptember. http://www.gki.hu/hu/novelties/vexux/091016_vexux.html
- Index* (2009): Összemegy a szlovák tigris. <http://index.hu/gazdasag/magyar/slo081211/>
- PRO-INNO Europe* (2008): European Innovation Scoreboard 2008. adatbázisa <http://www.proinno-europe.eu/index.cfm?fuseaction=page.display&topicID=437&parentID=51#>
- Council of the European Union* (2000): Conclusions of the European Lisbon Council, SN 100/00, 23–24. March 2000.

SZABÓ FERENC*

Az Európai Unió intézményrendszere és működése, a hazai környezetvédelmi infrastruktúra-fejlesztési projektek szemszögéből

Abstract

The cooperation of the highly developed western European countries has led to significant success, mainly after the establishment of the European Union. The original goals, peace, prosperity and human rights were assured. However, the inner conflicts of the system have been producing operational difficulties time to time. One of the main goals of the "Lisbon Process 2000" was to eliminate these operational problems, in order to strengthen competitiveness. The accession to the EU meant great opportunities to the new members, first of all in the field of environmental infrastructure development. The EU support and funds made it possible to the eastern European countries to reach the level of the highly developed countries in a few years. But it's clear that the support systems are difficult, the regulations and conditions are very strict. On one hand, an effective national level regulation and management has to be required, on the other hand the professionalism of the beneficiaries has to be increased in the near future.

1. Az Európai Unió létrejötte és működése

1.1. Az Európai Unió eredete

Az 1870–1871-es német–francia háború óta az volt a közvélekedés, hogy Franciaország és Németország valamiféle „örökös marakodás” csapdájában vergődnek. Az első világháború után vetődött fel annak a gondolata, hogy a kelepcéből mégis *van* kiút. Felvetődött, hogy Franciaország és Németország egyesülésében – egy nagyobb páneurópai alkotmányban – rejlik a béke záloga. Az alapgondolatot egy francia államférfi, Aristide Briand (1862–1932) fogalmazta meg először. Olyanok osztották meggyőződését, mint Gustav Stresemann (1878–1929) német politikus. Nyugat-Európa vezető politikusainak több szempontból is nehéz helyzettel kellett szembenézniük a második világháborút követően. Először is meg akarták akadályozni egy újabb háború kitörését Németország és a nyugati hatalmak (Egyesült Királyság, Franciaország stb.) között. Másodsorban pedig a Szovjetuniótól kellett megvédeniük Európát – miután a kommunisták Közép- és Kelet-Európa országaiban átvették a hatalmat, nyilvánvalóvá vált, hogy a Szovjetunió Nyugat-Európára is veszélyt jelent. Az is a céljuk volt, hogy Németországot a Nyugat részeként integrálják elsősorban azért, hogy demokratizálják, és létrehozzák a polgári társadalmat, másodsorban pedig azért, hogy a nyugati védelmi rendszer részévé tegyék. A negyedik célkitűzés volt, hogy újonnan létrehozzák a nemzetgazdaságokat. Ezeket a célkitűzéseket eléréndő, a politikusok olyan különböző szervezeteket hoztak létre, mint a Közös Piac, a NATO és az Európai Tanács. Ezeknek a szervezeteknek az volt a céljuk, hogy összehozzák a kormányokat, és megvitassák, ami gondot jelent, és megtalálják annak a módját, hogyan tudnak együtt megoldást találni ezekre, ha együttműködnek. Ezeket a szervezeteket *kormányközi* csatornákként építették fel. Ez azt jelentette, hogy egyik szervezet sem rendelkezett önálló

* PhD-hallgató – Szent István Egyetem.

hatalommal, és a döntéseik nem voltak a kormányokra nézve kötelezőek. Számos politikus vallotta viszont azt a nézetet, hogy magában az egyszerűen nem elég, ha összehívják a kormányokat, hogy olyan határozatokat hozzanak, amelyek senkire nézve nem kötelezőek. Az így gondolkodók csoportjának volt a vezéralakja Jean Monnet (francia üzletember és köztisztviselő), Robert Schuman (francia külügyminiszter), Konrad Adenauer (német kancellár), Alcide De Gasperi (olasz miniszterelnök), Altiero Spinelli (olasz politikus) és Paul-Henri Spask (belga külügyminiszter).

Jean Monnet volt az, aki rájött, hogy nemcsak a kormányokat kell összehozni, hanem a népeket is. Egy olyan *nemzetek feletti* szervezet létrehozásának lett a szószólója, amelyet saját jogosítványokkal ruháznak fel. Monnet azt is mondta, hogy minden nemzetek feletti szervezetnek kis formációkból kell kisarjadni. Azzal érvelt, hogy amennyiben sikeres a kezdeményezés, nyugodtan tovább lehet lépni. Monnet arra a következtetésre jutott, hogy a nemzetek feletti szervezet létrehozásának az első lépése lehet a szén és az acél közös piacának a létrehozása. Ezeknek a fogyasztási javaknak nemcsak gazdasági jelentőségük volt, hanem, mivel a szén és az acél a háborúnak is nyersanyaga, szimbolikus jelentőséggel bírtak. Úgy érvelt, hogy a szén és az acél közös piaca egy olyan együttműködés kezdetét jelentheti, amelyben a már integrálódott országok gazdaságainak más területeit is integrálni lehet, valamint olyan országok gazdaságainak a területeit, amelyek később társulnak hozzájuk. Számos cél lebegett a szeme előtt. Először is pszichológiai hatása lenne mindennek. A német és a francia üzletemberek és döntéshozók többé már nem 'nemzeti piacban', hanem egy 'európai piacban' gondolkodnának. Más szóval kitágulna a látókörük, megszoknák, hogy más országbeli vetélytársakkal kell együtt dolgozni, és ez bizalmat szülhetne. Másodszor pedig, érvelt tovább Monnet, minden ország az adottságainak megfelelő szerephez jutna, és jól járna. A harmadik eredmény politikai változást hozna, amely a rendelkezésre álló források közös piacában testesülne meg, amelyben többé egyetlen ország sem vethetne ki a szén és az acél importjára és exportjára vámot (vagy azért, hogy így védje meg magát az olcsó importtól, vagy azért, hogy így biztosítsa saját forrásait önmagának).

A közös piac létrehozása így vetett véget a lehetséges súrlódásoknak. 1952-ben hat ország hozta létre az Szén- és Acélipari Együttműködést. A következő évben egyértelművé vált, hogy a nemzetek feletti szervezet elképzelése bevált. Monnet ekkor a második lépés felé terelte a folyamatot, hogy „az európai népek eddig soha nem látott módon egyesüljenek.” 1958-ban ugyanezekkel a nemzetek feletti elvekkel, és ugyanaz a hat ország hozta létre az Európai Gazdasági Közösséget, illetve az Európai Atomenergia-ügyi Együttműködést. 1958-tól három egymástól független közösség működött: az Európai Szén- és Acélipari Együttműködés, az Európai Gazdasági Közösség és az Európai Atomenergia-ügyi Közösség. Az ezt követő 35 évben, egészen 1993-ig ez volt a helyzet, amikor egy új szervezetet jött létre, az Európai Unió (McClintock 2008).

1.2. Az Európai Unió működése

A működés alapelvei és egyszerűsített működése a következőképp foglalható össze: A nemzetállamok saját elhatározásukból egy nemzetközi egyezményhez csatlakoznak. A nemzetállamok ennek a nemzetközi egyezménynek a keretében létrehoznak egy olyan politikai entitást, amelyet Európai Uniónak neveznek. Ők maguk pedig ennek az entitásnak válnak a tagjaivá – 'tagállamokká'. A nemzetállamok saját nemzeti függetlenségük jogosítványaiból bizonyos elemeket az Európai Unióra ruháznak át. Nem adják fel teljes nemzeti önállóságukat az Európai Unió kedvéért – csak olyan területeken mondanak le a nemzeti önállóságról, amely területeken együtt kívánnak működni, és amelyekben egy nemzetközi megállapodásban egyeztek meg. Azzal, hogy szuverenitásuk bizonyos elemeit átruházzák az Európai

Unióra, a tagállamok létrehozzák az Európai Unió szuverén érdekszövetségét. Az Európai Unió érdekszövetségen alapuló szuverenitását a tagállamok testületileg gyakorolják. Az államok közössége ezt az érdekszövetségen alapuló szuverenitást használja a törvényhozásban. A közösség nincs felhatalmazva arra, hogy minden területen törvénykezzék – ez a nemzetközi megállapodásban megjelölt területeke korlátozódik. Az Európai Unió törvényei felülírják a tagállamok saját törvényeit. Közvetlen hatályúak („direct effect”) – ami azt jelenti, hogy a tagállamok kormányainak ezeket nem kell honosítaniuk ahhoz, hogy hatályba lépjenek. Mint minden törvény, az európai uniós törvények is jogokkal ruházzák fel azt, akire vonatkoznak – a tagállamokra, az intézményekre (pl. az Európai Bizottságra, az Európai Parlamentre...), jogi személyekre (pl. a helyi hatóságokra, nem állami szervekre és vállalatokra), valamint természetes személyekre –, és ugyanúgy köteleességeket is rónak rá.

Az Európai Unió azzal, hogy jogokkal és kötelezettségekkel ruházza fel a tagállamokat, az intézményeket, a jogi és a természetes személyeket, végre tudja hajtani azokat a feladatokat, amelyeket a tagállamok közösségétől kapott. Amennyiben egy tagállam, intézmény, jogi vagy természetes személy nem tesz eleget azon kötelezettségeinek, amelyeket egy európai uniós törvény rótt rá ki, az ügyet az Európai Bíróság elé lehet vinni. Törvényszegés esetén büntetés szabható ki. A nemzeti szuverenitások érdekszövetséggé egyesítése, a mindenkire kötelező törvények meghozása, valamint a törvény érvényesítésének a lehetősége az Európai Unió meghatározó jellemzői. Ez teszi különlegessé az Európai Uniót a nemzetközi szervezetek között.

2. Az Európai Unió működési zavarai

Bár összességében a szakértők egybehangzó véleménye az, hogy az Európai Unió sikeres és jelentős mértékben megvalósította a megalakulásakor kitűzött célokat, a rendszer bizonyos területein tapasztalható jelentős működési zavarokat maga az unió is fontos akadályozó tényezőként ismerte fel. A Lisszaboni Folyamatként ismert stratégia megfogalmazására éppen azért került sor, mert a tagállamok felismerték, hogy az együttműködés továbbfejlesztése, az unió bővítése és a megváltozott világ gazdasági környezet kihívásainak történő megfelelés lehetetlen az akadályt jelentő belső működési zavarok felszámolása és új módszerek és szemlélet alkalmazása nélkül. Az más kérdés, hogy a program megvalósítására meghatározott 10 év letelt és igazán jelentős mélyreható változások nem igazán következtek be.

2.1. A lisszaboni stratégia célkitűzései, fontosabb állomásai

Az Európai Közösség lisszaboni programja (EC 2000) azt a célt tűzte ki, hogy az európai unió tagországai a növekedés, a versenyképesség és a piaci pozíciók javítása, a munkahelyteremtés, az energiapolitika és környezetvédelmi technológiák alkalmazása területén összehangolt nemzeti reformprogramokra épülő integrált stratégia alapján együttesen lépjenek fel. A legfontosabb, átfogó politikai célok szerint 2010-ig létre kell hozni a Közösség egységes, dinamikus, tudásalapú gazdaságát, meg kell valósítani egy gyorsuló ütemű és fenntartható növekedést, a gazdaságpolitika és szociálpolitika központi kérdésévé kell tenni a teljes foglalkoztatást és a munkanélküliség csökkentését a legjobb teljesítményt nyújtó országok szintjére, valamint korszerűsíteni kell a szociális védelmi rendszereket.

2004-ben, az Európai tanács tavaszi ülészakán (2004. március 26.) került sor a lisszaboni folyamat elemzésére és értékelésére, amikor is Bizottsági jelentés már külön fejezetekben foglalkozik a „környezetvédelem kiemeltebb kezelésével” és a fenntartható fejlődés kérdéseivel (2.4.2 és 2.4.3).

2.1.1. A Kok bizottság jelentése

Jelentős lépés a Wim Kok vezetése alatt álló Magas Szintű Munkabizottság 2004. novemberi jelentése, amely „Szembenézni a kihívással” címmel jelent meg és részletesen értékeli a lisszaboni folyamat addigi eredményeit, elemzi az akadályozó tényezőket, meghatározza az új célkitűzéseket (Kok Bizottság 2004). A jelentés „A környezetvédelmileg fenntartható jövőért” címet viselő 5. fejezete a környezet és a versenyképesség összefüggéseit és a fenntartható fejlődés hosszú távú lehetőségeit elemzi.

Az elemzés rámutat arra, hogyan segíthetik a jól átgondolt környezetvédelmi politikák az eredeti lisszaboni stratégia alapvető célkitűzéseinek – nagyobb növekedés és több munkahely – megvalósítását. A hatékonyabb forrásfelhasználás és az új befektetési lehetőségek révén lehetőséget biztosítanak az innovációra, új piacokat teremtenek és növelik a versenyképességet. Ez azt jelenti, hogy a környezetvédelem Európa számára versenyelőnyt biztosíthat a globális piacokon.

2.1.2. A Közösség új növekedési és partnerségi programja

„Ideje magasabb sebességre kapcsolni!” Ezzel a címmel indította újra a Bizottság az Európai Tanács 2006-os tavaszi ülészakán az új növekedési és foglalkoztatási partnerség programját, amely nem más, mint a Lisszaboni program alapelveinek újraértelmezése és a megváltozott helyzethez történő alkalmazása.

2.2. A lisszaboni stratégia és a hazai környezetvédelmi infrastruktúra-fejlesztések

A lisszaboni stratégia környezetvédelmi célkitűzéseinek megvalósíthatósága szempontjából fontos körülmény, hogy a Közösség régebben csatlakozott tagországainak fejlettségi szintje lényegesen magasabb, ezért kétféle egymástól alapvetően különböző cselekvési program megvalósítása szükséges. Az újonnan csatlakozott országok, így Magyarország esetében is első ütemben a Közösség fejlettebb országainak szintjére történő felzárkózását kell megvalósítani. Ezért az európai csatlakozást követően egyre sürgetőbb feladat hazánk számára az uniós normatíváknak megfelelő környezetvédelmi infrastruktúra kialakítása.

A csatlakozási folyamat során végrehajtott jogharmonizáció során uniós irányelvek és direktívák alapján megtörtént a környezetvédelmi szabályozás teljes körű átalakítása. A korszerű jogelveknek megfelelő, azokat teljesítő környezetvédelmi infrastruktúra azonban hiányzik. A csatlakozási folyamat utolsó szakaszában elindított ISPA program lehetővé tette, hogy uniós források segítségével néhány nagyobb projekt elkezdődhessen. Szeged Regionális hulladékgazdálkodási Programja elnevezésű ISPA projekt előkészítése 1999-ben kezdődött és még mindig távol áll a tényleges befejeződéstől, annak ellenére, hogy egyszer már sor került a befejezési határidő meghosszabbítására, 2004. december 31-ről 2006. december 31-re. A program környezetvédelmi szempontból meghatározó része, a térségi hulladékkal szennyezett területek, környezetszennyező kistelepülési szemétteltelepek rekultivációja várhatóan csak 2007. december 31-ig fog megvalósulni. Ha megvizsgáljuk azt a fontos kérdést, hogy egy egyébként 3–4 év alatt megvalósítható projekt miért húzódhat el közel tíz évre, első közelítésben talán nehéz a racionális magyarázatot adni. Ha azonban részleteiben vizsgáljuk a folyamat egyes szakaszait pontosan meghatározhatók az okok.

2.3. A folyamatok értékelése a lisszaboni stratégia tükrében

A megújult lisszaboni stratégia kiemelten foglalkozik az adminisztráció, a hosszadalmas engedélyeztetési eljárások és a felesleges bürokrácia kérdéseivel, mint a lisszaboni folyamat egyik fontos akadályozó tényezőjével. Általában és nem elsősorban csak a környezetvédelem területén célul tűzi ki a túl bonyolított, hosszadalmas, felesleges és főleg rendkívül költséges eljárások egyszerűsítését, költségeinek csökkentését. Javasolják, hogy minden tagállam rövid időn belül dogozza ki saját belső rendszerét az adminisztrációs költségek mérésére.

A 2006-os „Ideje magasabb sebességre kapcsolni” címmel megjelent Bizottsági közlemény (Európai Bizottság 2006) „2. fellépés” második bekezdése (24. old.) részletesen foglalkozik a felesleges bürokrácia és adminisztráció kérdéseivel: „A bürokratikus formák és az adminisztrációs eljárások egyszerűsítése érdekében 2007 végéig minden tagállamnak el kell fogadnia és be kell vezetnie az adminisztrációs költségek mérésére szolgáló módszertant (a nemzeti szabályok és szabályozások vonatkozásában). A Bizottság a maga részéről a jogalkotás egyszerűsítését célzó most folyó munkája keretében nagyszabású vállalkozásban kívánja felmérni az egyes konkrét területeken a közösségi szabályok (vagy végrehajtásuk módja) folytán keletkező közigazgatási költségeket, amelynek során külön figyelmet fordítanak a kis- és közepes vállalkozásokra (kkv). A felmérés azonosítani fogja, hogy a költségek milyen arányban erednek közvetlenül a közösségi szabályokból, és mit lehet ebből betudni a szabályok tagállamok által történő megvalósításának. A Bizottság ennek alapján javaslatokat fog előterjeszteni a közigazgatási költségek indokolt esetben történő csökkentésére. 2007 végéig a Bizottság megszünteti azt kötelezettséget, hogy a kisebb állami támogatások egyes kategóriáit be kell jelenteni, ami – különösen a kkv-k esetében – csökkenteni fogja az adminisztratív terheket.”

Ennek figyelembevételével vizsgálva a hazai környezetvédelmi projektek jelentős elhúzódsát, megállapítható, hogy a túlbonyolított, túlnyomórészt felesleges adminisztrációs eljárások és szabályok, egyeztetési és jóváhagyási mechanizmusok, szükségtelen szakértői auditok rendkívül megnehezítették és lelassították a folyamatokat, továbbá hihetetlen mértékben megnövelték különösen a projekt-tervezés és előkészítés, valamint a közbeszerzési eljárás közvetlen költségeit. Ezzel szemben semmilyen hozzáadott érték nem állt.

A bonyolult eljárásrend, amelyet a kedvezményezetteknek követniük kellett nem szabályozta megfelelően feladat és hatásköröket és a felelősséget, elsősorban csak formai követelményeket tartalmazott. Ráadásul az eljárási szabályok menet közben többször változtak – négy alkalommal lényegesen –, mely változásokat követően szinte minden esetben az addig elkészült teljes dokumentációt át kellett dolgozni. Az előkészítés és a közbeszerzési eljárás során a hazai állami és az EU hivatalnokok, valamint szakértők útmutatása és utasításai szerint kellett eljárni, de a végső felelősséget minden esetben a kedvezményezett képviselői viselték. Az egyes benyújtott dokumentumok szakértői felülvizsgálata esetenként hónapokig tartott. A jóváhagyásig több fordulóban auditálták az anyagot a hazai majd ezt követően az EU szakértők. A kiegészítések, korrekciók, hibajavítások, esetenként egyszerű fordítási probléma esetén is legkevesebb hat, a végső jóváhagyást illetően nyolc lépésben történtek (Kedvezményezett önkormányzat, Önkormányzati szakértő, Környezetvédelmi Minisztérium, Minisztérium szakértője, EU Budapesti Delegációja, EU szakértő–Budapest, EU Bizottság–Brüsszel, EU szakértő–Brüsszel). Ez a háromszintű auditálási rendszer sem garantálta azt azonban, hogy a jóváhagyott projekt és tender dokumentációk kifogástalan szakmai tartalommal készüljenek el. Amikor az egyes tenderek estében, többek között az elhúzódsó eljárás miatt bekövetkezett költségtúllépés eredményeként problémák merültek fel, az EU Delegáció egyértelműen a magyar felet és elsősorban a kedvezményezettet tette

felelőssé a nem megfelelő szakmai előkészítésért, mintha egyáltalán nem vettek volna részt az előkészítésben. Annak ellenére tették ezt, hogy a várható jelentős költségűtlépés tényét a kedvezményezettek és szakértők korábban többször jelezték. Akkor azt a választ kapták, hogy nincs lehetőség a jóváhagyott előirányzatok módosítására, csak a tényleges ajánlatok beérkezése után.

Ha a lisszaboni program elemzőinek javaslata szerint megvizsgáljuk az adminisztratív eljárások költségeinek alakulását, megdöbbentő képet kapunk. A Szegedi Környezetgazdálkodási Kht. adatszolgáltatása szerint csak a szegedi hulladékgazdálkodási projekt tervezése, előkészítése és a közbeszerzési eljárás – melyet sem az EU, sem a Magyar Kormány nem támogatott – összesen több mint 150 millió forintba került a társaságnak. Ez magában foglalja a tervezés és a különböző, esetenként többször átdolgozott szakértői anyagok, az engedélyezési eljárások közvetlen költségeit. Nem tartalmazza a Kht. közvetlenül felmerült költségeit, munkatársainak, szakembereinek bérét, egyéb költségeit.

A Kht. becslése szerint a Környezetvédelmi Minisztérium minimálisan 50 millió forintot fordított a különböző szakértői auditokra és egyéb feladatokra. Hasonló nagyságrendű (de lehet, hogy jóval nagyobb) összeget fordított ugyanerre az EU különböző szervezeti egységein keresztül. Összességében tehát az előkészítés szakmai költségei 250–300 millió forint között lehetnek. Ez azért megdöbbentő, mert ebben nincsenek benne az egyes tenderek kiviteli tervei, azokat a tender nyertesének kell elkészítenie. Csupán az EU által megkövetelt döntés előkészítő dokumentációk és az egyes közbeszerzési eljárások meghirdetéséhez szükséges tender dossziék költségét tartalmazza. A ténylegesen indokolt műszaki mérnöki és szakértői költségek ennek legfeljebb 25–30%-át érhetik el.

Ezen közvetlen költségeken túl a projekt késedelmes, elhúzódó megvalósítása további, akár milliárdos nagyságrendű költség többletet is okozhat, ezt jól bizonyítja sajnos éppen a szegedi hulladékgazdálkodási ISPA projekt példája.

Felmerülhet a kérdés, hogy vajon egy jobb színvonalú felkészültebb hazai előkészítés milyen eredményekkel járhat. Először is a Delegáció és szakértői már eltávoztak Budapestről, ez már önmagában megoldást jelent a problémák jelentős részére, hiszen a döntési szintek száma legalább kettővel csökken. Másrészt a KvVM Fejlesztési Igazgatósága lényegesen jobb együttműködő partner, elsősorban abban érdekelt, hogy az uniós források felhasználása minél gyorsabban, egyszerűbben és zökkenőmentesen valósuljon meg. Máris számos egyszerűsítést hajtottak végre az adminisztráció területén, és maximális segítséget nyújtanak a felmerülő problémák elhárítása érdekében.

A projekt előkészítés és a közbeszerzési eljárás tapasztalatainak összefoglalása:

- Az előkészítés bonyolult, lassú és költséges folyamat.
- Túl sok a résztvevő, aki beleszól a döntésekbe, de kevés az, aki utólag tényleges felelősséget is vállal.
- Túl sok és nagyon költséges a külső szakértők alkalmazása, részvételük nem jelent garanciát az eredményességre.
- A drága külföldi szakértő hazai szakértőkkel végezteti el a munkát vagy a magyar szakértők anyagait szerkeszti át.
- Az adminisztratív jellegű, túlbiztosított garanciarendszer miatt csak drágább óriás cégek pályázhattak.
- Már az előkészítés során számítani lehetett a megvalósítás során várható további nehézségekre.
- Összefoglalva: minden sokkal tovább tart és sokkal többbe kerül, mint amire számítani lehetett.

2.4. Javaslatok az adminisztratív akadályok csökkentésére a lisszaboni stratégia szellemében

- Az eddigi tapasztalatok alapján a jövőben lényegesen le kellene egyszerűsíteni a projektek előkészítését.
- Az előkészítés költségeit radikálisan csökkenteni kell.
- Az indokolatlan párhuzamosságokat meg kell szüntetni.
- A felesleges szakértői szűrőket ki kell iktatni.
- Egyedi esetekben külső szakértőket csak kivételesen indokolt esetben célszerű bevonni.
- Alkalmazzunk hazai szakértőket.
- Világos hatásköri és felelősségi rendszert kell kidolgozni.
- Az adminisztratív jellegű garanciarendszert valós műszaki és pénzügyi tartalmú garanciákkal kell felváltani.
- Fontos, hogy kisebb, olcsóbb hazai cégek is pályázhassanak.

Összefoglalás

Az európai uniós csatlakozás komoly lehetőséget jelentett az új tagországok számára, különösen a környezetvédelmi infrastruktúra fejlesztési projektek közösségi támogatása következtében. Ezek a támogatások viszonylag rövid idő alatt biztosíthatják a közép-kelet-európai országok számára a felzárkózást a világ fejlettebb országainak színvonalához. Világosan kell azonban látni, hogy a támogatási rendszerek bonyolultak és a megszabott feltételek rendkívül szigorúak. Egyrészt szükség van a hatékony nemzeti szintű szabályozás és bonyolítás rendszerének kialakítására, másrészt a kedvezményezettek jelenleginél lényegesen nagyobb szakmai felkészültségének biztosítására. Ezen körülmények alakulása döntő befolyást gyakorol majd az Európai Unióból Magyarországra irányuló források felhasználására. Másrészt, mint az unió teljes jogú tagjai javaslatokat dolgozhatnak ki az esetenként túl adminisztrált, túlbonyolított eljárásrendek lényeges egyszerűsítésére, ami nagymértékben megkönnyíthetné a rendelkezésre álló források felhasználását a nemrég csatlakozott országok számára. Ezzel hazánk is jelentősen hozzájárulhat a lisszaboni folyamat felgyorsításához és a stratégia céljainak 2010-ig történő megvalósításához.

Irodalomjegyzék

- A „Szeged Regionális Hulladékgazdálkodási Programja” dokumentumai.
Európai Bizottság (2006): Ideje magasabb sebességre kapcsolni, Az új növekedési és foglalkoztatási partnerség.
Görög Mihály (2001): Bevezetés a projektmenedzsmentbe, Aula Kiadó, Budapest.
John McClintock (2008): The Uniting of Nations (An Essay on Global Governance) 2nd edition, Bruxelles–Bern–Frankfurt am Main–New York–Oxford–Wien.
Kök Bizottság (2004): Szembenézni a kihívással, A lisszaboni növekedési és foglalkoztatási stratégia.
The Lisbon European Council (2000): An Agenda of Economic and Social Renewal for Europe.

DR. UNIV. OEC. GÓSI JÁNOS:^{*}

A magyar gazdaságpolitika néhány jellemzője a konvergencia programok és a világgazdasági válság tükrében

Abstract

According to the Treaty of Maastricht only those member states can join the zone of the common money which meet the so-called requirements of Maastricht of which Hungary has not met even one since our joining the European Union. Besides, up to the autumn 2006 we got away from the time of its introduction planned by 2007. In 2002 fulfilment of requirements regarding inflation seemed to be the most difficult one. In addition it appeared rational to reduce deficiency in the state budget under 3% by 2004. It would have made possible for Hungary to meet the requirements even in the first, so in 2004, convergence programme and after a two year-long period, in 2007 – after the parliamentary election of 2006 – to introduce the euro together with Slovenia.

1. Bevezetés

Magyarország az EU-hoz való csatlakozás keretében vállalta azt is, hogy 2004-től évente – gördülő rendszerben – az eurózónába belépési folyamat részeként a kormány konvergencia programot készít és nyújt be a Tanács és a Bizottság részére (Magyarország konvergencia programja 2005–2009).

2. A magyar gazdaságpolitika iránti hitelességi (bizalmi) válság

Magyarország az úgynevezett maastrichti kritériumok közül mind a mai napig egyet sem teljesített, pedig már a 2004-es programban vállalta, hogy 2005–2006-ban megteremtí az euró 2007. január 1-je bevezetésének feltételeit.

2.1. A külső bizalmi válság elmélyülésének folyamata

A Medgyessy Péter vezette MSZP-SZDSZ kormány 2002 őszétől az úgynevezett „két-szer száznapos program” keretében a lakosság életszínvonalát javító kiadásnövelő és adócsökkentő, valamint a közszféra – rendőrség, kórházak klinikák stb. – adósságállományát rendező intézkedéseket hozott. Ezek a kormányzati lépések az államháztartási hiány olyan magas szintjét generálták a következő évekre is, amelyet a 2003–2004-es megszorító intézkedések is csak csekély mértékben tudtak mérsékelni. Például a 2002. év őszének 50 %-os közalkalmazotti béremelése a tárgyévben csak 5 havi, 2003-ban viszont már 13 havi költségvetési többletkiadást jelentett. A legnagyobb hibát talán ott követte el a Medgyessy-kormány, hogy a közalkalmazottak egyszeri 50%-os béremelését még csak részlegesen sem kapcsolta össze a közszféra strukturális reformjával. Az itt dolgozók létszáma néhány hónap alatt jelentősen megnőtt – általában olyan üres álláshelyek betöltése révén, amelyek egy része szakmailag is indokolt volt, viszont sok kevésbé fontos státusz megszüntetésével össze lehetett volna kapcsolni. Már 2003-tól – a költségvetési megszorítások miatt –

^{*} Főiskolai docens – Szegedi Tudományegyetem Mémőki Kar Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet.

ugyanezeken a munkahelyeken 60–80 ezer fős létszámleépítés körvonalai rajzolódtak ki. 2003-ban a tervezett 4,5%-ot jelentősen meghaladó hiány alakult ki. 2004-ben a hiány úgy maradt az előző év szintjén, hogy miközben 1%-kal csökkent a keresetek reálértéke, az ÁFA-visszatérítések lassításával és a 13. havi bérkövetkező évre való áttolásával csökkentették a folyó évi államháztartási kiadásokat. Ezek a „kreatívnak” nevezett és az Európai Unió által elutasított és utólag helyesbített könyvelési műveletekkel a magyar gazdaságpolitika a felelőtlen lépésektől, az eurózónához való csatlakozás időpontjának többszöri és megalapozatlan változtatásán át eljutott a hiteltelenségig, hiszen már a 2004. évi konvergencia programban vállaltak első évre vonatkozó időarányos részét sem teljesítettük. A 2005-ös programot az EU elutasította. Ezután az új kormányfő – Gyurcsány Ferenc – haladékat kapott a 2005. évi és 2006. évi programok elkészítésére; így ezeket csak 2006 szeptember végén nyújtottuk be.

Az államháztartás hiánya a 2006. évi program első intézkedései – amelyek „Gyurcsány csomag” néven váltak ismertté – nélkül 2006-ban megközelítette volna a GDP 12%-át (Bokor–Dombi–György–Veress 2006), amelyből körülbelül másfél százalékpontot okozott a 25%-os ÁFA-kulcs 20%-ra való csökkentése, valamint újabb másfelet a kötelező magánnyugdíjpénztári befizetések költségvetési bevételecsökkenésként és az autópálya építések költségvetési kiadásként történő elszámolása. Az utóbbi két tétel 2002 előtt – az akkori elszámolási rend szerint – nem rontotta az államháztartás egyenlegét. A kormány ezt a rendkívül magas hiányt akarta 2009-re 3%-ra mérsékelni adóemeléssel, kiadáscsökkentéssel és az elsősorban a közsférát érintő strukturális átalakításokkal (Magyarország aktuális konvergencia programja 2006–2010).

2.2. A belső (hazai) bizalmi válság elmélyülése, illetve a külső (nemzetközi) hitelesség erősödése

A strukturális reformok vagy megbuktak (egészségügy), vagy csak mérsékelt sikert hoztak (oktatás, közigazgatás), de államháztartás hiánya példátlanul gyorsan már 2008-ra a 3%-os követelmény közelébe süllyedt; így ismét elérhető közelségbe került az euró bevezetésének előszobáját jelentő ERM2 rendszerbe való belépésünk. A nemzetközi bizalom erősödését az is jelezte, hogy 2008 tavaszára a forint/euró árfolyam már 240 körül alakult, azaz a forint jelentősen erősödött, s közben a jegybanki alapkamat is mérséklődött. Paradox módon a gazdaságpolitika iránti belső (hazai) bizalmi válság akkor kezdett mélyülni, amikor a kormány 2006 őszén megkezdte az államháztartási hiány drasztikus csökkentését a nemzetközi bizalom erősítése és az ország fizetőképességének megőrzése érdekében. Az egészségügyi reform bukása után az SZDSZ kormányból való kilépésével felbomlott a balliberális koalíció is.

3. A 2008. évi világgazdasági válság hatása

Ezt a folyamatot törte meg a 2008 őszén a világgazdasági válság: a magyar állampapírok piaca a jegybanki alapkamat emelés ellenére hónapokra megbénult, s az államcsődöt csak a nemzetközi pénzügyi szervezetektől – főként a Nemzetközi Valutaalaptól – fölvelt 20 milliárd eurós hitelkerettel tudtuk elkerülni. A forint jelentősen gyengült: a forint/euró árfolyam megközelítette a 320-as szintet. A magyar GDP 2009-re jelzett 7%-os visszaesése további – az államháztartási kiadásokat csökkentő – megszorító intézkedéseket követelt meg, s még így sem teszi lehetővé az eredetileg tervezett 2,9%-os GDP-arányos hiánycél elérését, ezért az euró-zónához való csatlakozásunk leghamarabb csak 2013–2014-ben várható.

4. Következtetések

A felelőtlenül osztogató, a belső keresletet élénkítő államháztartási politika letérítette a magyar gazdaságot normál fejlődési pályájáról. Magyarország a külföldi működő és kölcsöntőkére erősen ráutalt helyzetben van, ezért nem folytathat olyan államháztartási politikát, amelynek következtében megrendül a vele kapcsolatos nemzetközi bizalom. Paradox módon az EU-ba való belépésünk 2004–2006 között kitágította a felelőtlen gazdaságpolitika lehetőségeit. A Magyar Nemzeti Bank monetáris szigora a nemzetközi bankvilág hazai leánybankjai által teremtetett bőséges és alacsony kamatlábú devizahitel kínálat miatt nem volt hatásos, sőt a magas forint kamatszint generálásával jelentősen hozzájárult a forint gyorsuló kiszorulásához a belföldi hitelpiacról.

Irodalomjegyzék

- Bokor L., Dombi Á., György L., Veress J.* (2006): Gazdaságpolitikai reflexiók a 2006-os konvergencia program ürügyén. Pénzügyi Szemle 2006/4.
- Magyarország konvergencia programja 2005–2009. Budapest, 2005. Pénzügy-minisztérium honlapja.
- Magyarország aktualizált konvergencia programja 2006–2010. Budapest 2006. december, Pénzügyminisztérium honlapja.

KISS GÁBOR DÁVID:^{*}

A kockázati tőkeelemek szerepe a hazai magánnyugdíjalapok portfoliójában

Abstract

This study deals with the possible link between pension funds, venture capital and innovation to manage the challenge of aging. Institutional capacities of Hungarian second pillar is engrossed by the reallocation of its bond and stock portfolio – therefore “exotic” investments as selected investment into the real economy by means of venture funds is uninterested. Innovative SME-s have low share on venture capital market of Visegrad countries. This is in connection with the neofordist or knowledge user profile of the subnational regions of these countries.

1. Bevezetés

Az életkilátások javulásával mind a fejlett, mind a feltörekvő országokban az időskorú népesség arányának növekedése várható. Az idősödés komplex folyamata túlmutat a várható élettartam pusztán növekedésénél, olyan minőségi változás, amely a gazdaságilag aktív munkaerő csökkenését eredményezi – miközben a fogyasztást is az inaktív népesség igényeinek megfelelően rendezi át (Botos 2009, Kiss 2009).

A nyugdíjrendszer mellett tehát a reálgazdaság is hatalmas nyomás alá kerül az elkövetkező évtizedekben. Míg a Világbank 1994-es új nyugdíjortodoxiája által életre hívott többpilléres nyugdíjrendszer a bevételi oldal zsugorodása és a kifizetési oldal növekedése által okozott nyomást a tőkepiacokon elérhető magasabb hozamok lehetőségével igyekezett kezelni – miközben a többféle intézményi és megtakarítási forma ötvözése bizonyos szintű robusztusságot is eredményezett (Kiss–Dudás 2009, Schmidt–Hebbel 1998).

A fenti logika gyenge pontja azonban, hogy feltételezi: a reálgazdaság a jövőben – a demográfiai átrendeződést követő fogyasztási szerkezetváltás közepette – valóban növekedni fog, és a tőkepiac, mint indikátor ezt követni is fogja. Míg ez utóbbi hosszabb (18 éves) időtávon már elképzelhető (Hagstrom 2000), az előbbi már a termelékenység és az alkalmazkodó képesség intenzív növekedését feltételezi (Botos 2009, Schmidt–Hebbel 1998).

Az innováció, az új technológiák megjelenésének, elterjedésének ösztönzése tehát kulcsfontosságú, amit a nyugdíjvagyon kockázati tőkealapokba történő befektetése támogat (Hartmann 2007). A kockázati tőkealapok ezáltal hídszerephez jutnak a hosszú távú befektetésekkel rendelkező (és magas hozamelvárásokkal rendelkező) nyugdíjalapok, illetve az innovatív vállalati szektor között.

Munkám során a fenti logika megjelenését vizsgálom az 1997-es és a 2006-os hazai nyugdíjreformokat illetően – kitérve a hazai régiók potenciális innovációs kapacitásának, a tudásgazdaság kialakulásának mérlegelésére.

2. Nyugdíjreform Magyarországon

Az 1997. évi LXXXII törvény alapján létrejövő tőkefedezeti magánnyugdíjpénztárak hozamai elmaradtak a hasonló rendszereket működtető országoktól (mind Lengyelország, mint Latin-Amerika) – részben a korábban folytatott konzervatív, állampapír túlsúlyos befektetési

^{*} PhD-hallgató – Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar.

politikának köszönhetően (Czalik–Szalay 2006). Az ezredforduló utáni öt évben még a kiemelkedően magas állampapír-piaci hozamkörnyezet sem ütközött ki a pénztárak bruttó hozamaiban – egyik pénztár sem volt képes kiszakadni az MNB irányadó kamatlába által megjelenített folyosóból (MNB 2008; PSZÁF 2008). A Világbank ekkorra már felismerte, hogy a gyengén informált pénztártagok és a hazai tőkepiac gazdasági és politikai alulrepresentálása miatt a modellváltás nem eredményezett piaci versenyt és nem indukálta a gazdasági növekedést (Palmer 2007; Impavido–Rocha 2006; Czajlik–Szalay 2006).

A 282/2001. (XII. 26.) kormányrendelet 2006 után a második pillérben a választható portfóliók megjelentetésével szándékozott a fenti problémákat kezelni. A potenciálisan legnépszerűbb kiegyensúlyozott és növekedési portfóliókban a részvényállomány 40%-os súlyának kikötése mellett teret kaptak a kockázati tőkealapok jegyei – a kiegyensúlyozott stratégiában legfeljebb 3%-ban (amiből egy alap legfeljebb 2%-ot képviselhet), míg a növekedésinél 5%-os korlát található (a fentihez hasonló diverzifikációs megkötésekkel).

De jure tehát a hazai nyugdíjrendszer alkalmassá lett téve a bevezetőben foglalt szerepre – azaz a hazai innováció támogatásán keresztül történő magasabb hozam elérésére. De facto azonban semmi ilyesmiről nem beszélhetünk. A Stabilitás Pénztárszövetség 2008-as évkönyvéből ugyanis kiderül, hogy a hazai nyugdíjalapok portfóliójában sem 2007-ben, sem 2008-ban nem bukkantak fel kockázati tőkealapok jegyei (Stabilitás 2008).

A fenti ellentmondás feloldásához egyfelől meg kell ismerni a hazai régiók kompetitív fejlettségét és a hazai intézményi szereplők megkeresésén keresztül a kockázati tőke régióban betöltött szerepét.

3. Kompetitív fejlettség Magyarországon

A bankok számára felvállalhatatlan kockázatokkal rendelkező, azonban kétszámjegyű növekedéssel kecsegtető vállalatok tekinthetők a kockázati tőkealapok fő befektetési célpontjainak – miközben e kis- és középvállalkozások munkaerőpiaci szerepe⁸ megkérdőjelezhetetlen az Egyesült Államokban (Sprague 2008).

Ezzel szemben 2007-ben az Európai Unióban a magvető és induló fázisban lévő vállalkozások közül alig 2 ezer részesült kockázati tőke injekcióban – ez a visegrádi országok esetében 30–40 vállalkozást jelentett. Mindez abból a szempontból (is) drámai, hogy a magvető és induló finanszírozás aránya a kockázati- és magántőke-befektetésekben uniós szinten 2003 és 2007 között átlagosan a 0,36% és 6,22%, a visegrádi országokban 0,1% és 2,36% volt. Az, hogy a kis- és középvállalatok mindössze 1%-a fordul kockázati tőke közvetítő szervezetekhez és még 1%-uk tervezi efféle forrás bevonását (Karsai 2009) arra utal, hogy probléma látványosan szupranacionális jelenség, amelyek mögött szubnacionális okok húzódnak meg.

A fentiek megértéséhez, hogy a beruházók miért részesítik előnyben inkább az expanzív vállalatok vásárlását,⁹ illetve a kivásárlásokat¹⁰ célszerű a Lengyel Imre (2006) által kidolgozott piramismodellre támaszkodni. A kelet-közép-európai térség, és azon belül is a magyarországi régiók helyzetét nagyban befolyásolja a tudásintenzív tevékenységek térbeli koncentrációja és a végrehajtó jellegű tevékenységek dekoncentrációja. A centrumperiféria viszonyok tehát a tudás termelése és alkalmazása mentén kristályosodtak ki. Ezáltal a régiók három típusát különböztet-

⁸ 10,4 millió foglalkoztatottal és 2,3 billió dollár bevétellel 2006-ban.

⁹ 2003 és 2007 között átlagosan 23,16% a visegrádi országokban, míg 18,76% az egész Unióban (Karsai 2009).

¹⁰ 2003 és 2007 között átlagosan 69,76% a visegrádi országokban, míg 61,42% az egész Unióban (Karsai 2009).

tethetünk meg: a tudástermelőt,¹¹ a tudásalkalmazót¹² és a neofordistát.¹³ A tudásintenzív vállalatok telephelyválasztását a humán erőforrás, a fizikai infrastruktúra, illetve az intézményi környezet minőségi ismérvei, integráltsága határozzák meg (Lengyel 2006, Lengyel 2007).

A magyarországi régiók a tudásalkalmazó, illetve a neofordista kategóriákba tartoznak, ami a gyakorlatban egy tudástermelés határán álló a közép-magyarországi régiót, beruházás-vezérelt tudásalkalmazó nyugat- és közép-dunántúli régiót jelent, amelyet tudásszigetekkel tűzdelt statikus, illetve dinamikus félperiféria vesz körül. Sajátos helyzetben található Szeged, Debrecen, illetve Pécs, ahol az egyetemek, illetve akadémiai kutatóintézetek bázisán magas a minősített oktató-kutató állomány, az egyetemi és doktorandusz hallgatók illetve a diplomások aránya. Mindez jelentős szabadalmi tevékenységgel párosul elsősorban az orvosi, biológiai és kémiai tudományok terén (a gazdasági-műszaki tudományos kapacitás továbbra is Budapesten összpontosul). E vidéki fejlesztési pólusok kisugárzása jelenleg a munkaerő-vonzáskörzeten belül marad, ipari együttműködése gyenge – így elsősorban a tudásközponti régiókban lévő hálózatokon keresztül jutnak némi kutatási és technológiai fejlesztési feladathoz. Ezt a sziget-szerűséget nemzeti szinten is tapasztalhatjuk, ha a K + F-tevékenység finanszírozásának forrását¹⁴ vizsgáljuk. Az ipari K + F-megrendelések az Eurostat adatai szerint a visegrádi országok esetében az ezredforduló óta átlagosan 44,3%-ot tesznek ki (5,8% külföldi finanszírozás mellett), ami egyaránt elmarad az euro-övezet 58%-os szintjétől, nem beszélve az egyesült államokbeli 71,4%-tól és a japán 81%-tól (Arratibel et al. 2007, Lengyel 2007).

A tudásalkalmazó és neofordista régiók elsősorban a klasszikus FDI típusú beruházásokat, valamint a fent említett expanzív életciklusukban lévő vállalatok kockázati tőkéből történő fejlesztését vonzzák. Míg a kilencvenes években elsősorban a privatizációs lehetőségek miatt, addig az uniós csatlakozás után az FDI már célzottan a közlekedési gépgyártás, elektronika, élelmiszeripar, vegyipar irányába, míg a kockázati tőke a telekom, média, pénzügyi szolgáltatások, vegyipar, szállítás és élettudományok finanszírozását preferálta (Arratibel et al. 2007, Karsai 2009).

Érdemes ezek után megvizsgálni, mennyiben illeszkedik a piramis modell által jelzett két régiótípus fejlesztési ismérvei a kockázati tőkebefektetők igényeihez. A kockázati tőkealapok hat stratégiai célkitűzéssel rendelkeznek. Egyfelől szükségük van megfelelő hely-

¹¹ A vállalatok:

- egyedi termékek, szolgáltatások önálló márkanévvel;
- az egész világon forgalmazva, sőt alapvető érdek a nemzetközi piacok kiszélesítése;
- új technológiák fejlesztése, amelyek főleg az új fogyasztói igényeket kielégíteni képes innovatív termékek és szolgáltatások előállításához kötődnek;
- sikeressége egyértelműen az innovációtól függ;
- a magas munkabéreket csak innovatív tevékenységgel képesek kigazdálkodni (Lengyel 2006).

¹² A vállalatok:

- részben külföldi működő tőke révén modern technológiát alkalmaznak;
- méretgazdaságosság és a termelékenység párhuzamosan;
- tömegtermékek hatékony előállítása (Lengyel 2006).

¹³ A vállalatok:

- áverseny és költségelőny;
- olcsó inputokon alapuló költségelőnyök;
- importált alacsony szintű technológia (Lengyel 2006).

¹⁴ Magyarország 2000 és 2007 között: kormányzati (51,25%), ipari (38,2%) és külföldi (10,55%) finanszírozás.

(Eurostat:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=0&init=1&pcode=tsiir030&language=en>)

ismeretre (amit helyi és globális alapok együttműködésének valamely formáját jelenti az elmúlt időkben), hogy azonosíthatók a rendkívül magas növekedési potenciállal rendelkező cégeket (az unió egészére jellemző költségcsökkentéssel szemben határozottan ezt preferálták). Színvonalas menedzsment felállítása után, megfelelő méretgazdaságosságot célzó értékteremtő stratégia mentén, cash flow alapú szindikált hitelek (2006 után) segítségével a négy-öt évig tartó menedzselést követően döntenek a kiszállás mellett. A fizikai infrastruktúra igénye látványosan vegyül tehát a vállalkozói együttműködéssel és a kellően fejlett tőkepiac feltételezésével. Utóbbit a visegrádi országok közül elsősorban a Varsói Tőzsde szolgálja ki, amelynek kapitalizációja 2008-ban már a Bécsi Tőzsdéét is felülmúlta, az IPO-k szempontjából pedig első helyen állt a kontinensen (Karsai 2009, Sprague 2008).

4. Nyugdíjalapok és kockázati tőkealapok kapcsolata magyarországon

A kockázati tőke tehát jelen van a visegrádi országokban, bár viselkedésük eltér az bevezetésben vázolt elképzeléstől. Azt az előző fejezet a piramis modell segítségével bemutatta, hogy miért nem fektetnek közvetlenül az innovációba, míg a finanszírozás oldalával ez a fejezet foglalkozik. A kockázati tőkealapok tőkeellátottsága az uniós csatlakozást követően 2007-re látványosan javult. Az alapokba fektető alapok (23,5%) mellett a nyugat európai nyugdíjalapok (13,4%), a magánszemélyek (10,4%), a kormányzati szervek¹⁵ (10,3%) és a bankok (10,2%) vezető befektetőként 4,2 milliárd eurót allokáltak a régióba (a teljes uniós tőkeállomány 5,4%-a). Drámai bővülés a 2004-es 496 millió euróval és 1,8%-os részesedéssel szemben. A nyugdíjalapok részesedése alig marad el az uniós átlagnak számító 18%-tól, azonban ebből a régiós alapok alig veszik ki a részüket. (Karsai 2009) Az Unió által támogatott 160 millió eurós magyarországi JEREMIE-programja (Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises) a 30%-os önrész kikötésével, illetve a nagy nyugat-európai nyugdíjalapok, valamint az amerikai és globális kockázati tőke alapok együttesen kiszorítási hatást gyakorolnak a hazai nyugdíjalapokkal szemben.

A piaci szereplők véleményének megismeréséhez, a Stabilitás Pénztárszövetség, illetve a Magyar Kockázati és Magántőke Egyesület teljes tagságának levélben kiküldésre került a két iparág közötti kapcsolat hiányának feltételezhető okát vizsgáló nyílt kérdés. A beérkező válaszok (N = 7) összesítése alapján elmondható, hogy a válaszadók a nyugdíjpénztárak esetében mindkét oldalról az alternatívaként, jó benchmarkokkal szolgáló kötvény és részvénytőkepiac elszívó hatását emelték ki. Mindez még kiegészíthető azzal a gondolattal, hogy a tőke túl kicsi hányada allokálható kockázati tőkealapok jegyeibe, így pedig nem gazdaságos a szükséges know-how kialakítása. Emellett a portfólióválasztás és a pénztárváltás miatt fennáll a rövid távú hozamverseny veszélye – ami szintén konzervatív magatartást tesz szükségessé a pénztárak részéről, sőt, ellentétes a fenntartható fejlődés elveivel (Hesse 2008). A kockázati tőkealapok esetében akadálynak a nem hazai befektetői háttér, illetve a regionális allokáció tekinthető. A szakmai szervezetek, illetve a hazai pénzügyi szolgáltatók szempontjából megoldandó probléma a hozamokkal és kockázatokkal kapcsolatos információhiány kezelése.

5. Összegzés

Összegzésként tehát elmondható, hogy a magyar nyugdíjrendszer második pillérjének kapacitásait jelenleg a szabadabb befektetési politikából fakadó részvény és kötvénytőkepiaci

¹⁵ Ennek szükségességét vizsgálta Kosztopolosz (2004).

allokáció köti le – az egzotikusnak tűnő, kockázati tőkealapokon keresztül a reálgazdaságba történő szelektált befektetés egyelőre távoli lehetőség csupán.

Mindeközben a visegrádi országokban megvalósuló kockázati tőkebefektetés elenyésző hányada jut az induló innovatív kis- és középvállalati szektorhoz. Ezen az Európai Unió JEREMIE programja hivatott segíteni célzott, magán alapok támogatásával. Kellően integrált fejlesztéspolitika mentén mindez előmozdíthatja a magyarországi tudásalkalmazó és neofordista régiók felzárkózását is – azok alapvető infrastrukturális igényeinek kielégítése mellett. A hazai lakossági megtakarítások jelentős hányadát képviselő többpilléres nyugdíjrendszer azonban nem nyújt megoldást az idősödés reálgazdaság számára jelentkező kihívásaira.

Irodalomjegyzék

- Arratibel, O.–Heinz, F.–Martin, R.–Przybyla, M.–Rawdanowicz, L.–Serafini, R.–Zumer, T. (2007): Determinants of Growth in the Central and Eastern European EU Member States – a Production Function Approach. Paper Series, No. 61. / April. 2007.
- Botos K. (2009): Az idősödés gazdasági hatásai – egy stratégiai jellegű kutatás vázlata. In: Botos Katalin (szerk.): Idősödés és globalizáció – Nemzetközi pénzügyi egyensúlytalanság. Tarsoly Kiadó, Budapest, 1–8. p.
- Czajlik I.–Szalay Gy. (2006): A magánnyugdíjpénztárak működése és szabályozása. MNB-tanulmányok 48.
- Hagstrom, R. G. (2000): Warren Buffet portfólió. Panem, Budapest.
- Hartmann, P.–Heider, F.–Papaioannou, E.–Lo Duca, M. (2007) The Role Of Financial Markets And Innovation in Productivity and Growth in Europe. ECB Occasional Paper Series, No. 72. / September 2007.
- Hesse, A. (2008): Long-Term and Sustainable Pension Investments. ASSET4 and the German Federal Environment Ministry.
- Impavido, G.–Rocha, R. (2006): Competition and Performance in the Hungarian Second Pillar. WB 3876.
- Karsai, J. (2009): The End of the Golden Age - The Developments of the Venture Capital and Private Equity Industry in Central and Eastern Europe. MT-DP 2009/01.
- Kiss G. D. (2009a): Az idősödés arcai. In: Botos Katalin (szerk.): Idősödés és globalizáció – Nemzetközi pénzügyi egyensúlytalanság. Tarsoly Kiadó, Budapest, 115–121. p.
- Kiss, G. D., Dudás L. (2009): Faces of Ageing and Fundamental Background of Pension Investments – in East Central Europe, Russia and Scandinavia. In: Procházka, David–Korda, Jan (ed.): The 10th Annual Doctoral Conference of the Faculty of Finance and Accounting, University of Economics, Prague – Collection of Papers 2009. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, ISBN 978-80-245-1522-9, pp. 77–86.
- Kosztolovsz A. (2004): Az Európai Unió kockázati tőkével kapcsolatos politikája és intézményei. In Botos K. (szerk.): Pénzügyek a globalizációban. JATEPress, Szeged, 68–88. p.
- Lengyel I. (2006): A regionális versenyképesség értelmezése és piramismodellje. Területi Statisztika, 2. pp. 131–147.
- Lengyel I. (2007): Fejlesztési pólusok, mint a tudásalapú gazdaság kapuvárosai. Magyar Tudomány, 6. pp. 749–758.
- MNB (2008): Ábrakészlet a legfrissebb gazdasági és pénzügyi folyamatokról. Magyar Nemzeti Bank, 2008. augusztus 29., Budapest.
- Palmer, E. (2007): Pension Reform and the Development of Pension Systems: An Evaluation of World Bank Assistance. WB 39146, IEG.
- PSZÁF (2008): Nyugdíjpénztári hozamok (2003–2007). PSZÁF.
- Schmidt-Hebbel, K. (1998): Does Pension Reform Really Spur Productivity, Saving and Growth? Documentos de Trabajo del Banco Central Chile, N°33 April 1998.
- Sprague, C. (2008): Venture Capital & the Finance of Innovation. EBSCO Research Starters.

Stabilitás (2008): Stabilitás évkönyv 2008. Stabilitás Pénztárszövetség.

RÉGIÓ ÉS VERSENYKÉPESSÉG

DR. SZABÓ PÁL:^{*}
A gazdasági fejlettség tényezőinek regionális különbségei
az Európai Unióban^{}**

Abstract

This paper focuses on the structure of economic development (in connection with labour productivity and employment) of the EU regions. The classical disintegration of the statistical data of development is: $GDP/population = GDP/employment * employment/population$. We compare the regional (NUTS 2) disparities of these factors in the EU based on the given statistical data (source: Eurostat) and we analyse the relationship between them. We pay special attention to the situation of the Hungarian regions.

1. Bevezetés

Több évtizede zajlik a regionális egyenlőtlenségek alakulásának statisztikai adatokon nyugvó elemzése, közte a gazdasági fejlettség, valamint különböző tényezőinek vizsgálata. Utóbbi egyik klasszikus formája, hogy a gazdasági fejlettséget felbontják termelékenységi és foglalkoztatottsági komponensekre; így kimutatható, hogy egyes térségekben a termelékenység, másutt a foglalkoztatottság terén van lemaradás. Ebben a tanulmányban az Európai Unió régiót elemezzük ebből a szempontból, külön figyelemmel hazánk térségeire.

2. A gazdasági fejlettség tényezői

E munkának nem célja a fejlettség fogalmának értelmezése, boncolgatása (erről l. pl. Nemes Nagy 1998, Szabó 2008a), s – bár vitatott – elfogadjuk, hogy a fejlettség klasszikus, világszerte használt regionális mérőszáma az egy főre jutó GDP. Arra azonban ki kell térnünk, hogy e mutató bár általánosságban a területi fejlettség-elmaradottság legfontosabb egydimenziós mérőszáma (pl. Rechnitzer 1999, Kiss 2003), gyakorta szűkebb értelemben használják, mint a gazdasági fejlettség indikátorát (pl. Nemes Nagy 1987, Lengyel 2003, Bruckner–Gether 2003). Mi az utóbbi felfogást követve, a gazdasági fejlettség mutatójaként használjuk e munkában. (A GDP mérését, tartalmát sem részletezzük, erről l. pl. Nemes Nagy 1995, Bruckner–Gether 2003, Kiss 2003.)

Ezek után kérdés, hogy mit is értünk a regionális gazdasági fejlettség tényezőin. Egy, a hazai szakirodalomban is fellelhető módszert alkalmazunk, az ún. tényezőkre bontást. Ennek lényege, hogy a GDP/fő-t felbontjuk a termelékenység (általában ennek szűkebb komponense, az egy foglalkoztatottra jutó GDP-vel mért élől munka-termelékenységre) és a foglalkoztatottság komponensére (Lengyel 2003, Nemes Nagy 2004):

$$GDP/népesség = GDP/foglalkoztatottak * foglalkoztatottak/népesség$$

Létezik három vagy többtényezős felbontás is: pl. GDP/foglalkoztatottak, foglalkoztatottak/aktív népesség, aktív népesség/teljes népesség, ám e felbontás szakpolitikai szempontból nehezebben értelmezhető, mivel a harmadik tényezőre csak szerény és hosszabb távon érvényesülő hatással lehet a társadalmi beavatkozás. Egy másfajta felbontást jelent, ha az ágazati

^{*} Adjunktus – Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Kar, Budapest.

^{**} A cikk a Bolyai János Kutatási ösztöndíj támogatásával készült.

tényezőkre is figyelemmel vagyunk, azaz a GDP és a foglalkoztatottak ágazati bontását is kombináljuk a felbontásban (l. pl. Mezei et al. 2009). Ez azonban korlátozott, mivel nem áll mindig rendelkezésre ilyen jellegű adat, igaz ez az Európai Unió régiói GDP-felbontására is.

Az ilyen típusú felbontásokat az elmúlt években a területi versenyképesség fogalmához kötik, bár a módszer már akkor használatos volt, amikor még nem volt ez használatos kifejezés a területi kutatásokban (l. pl. Nemes Nagy szerk. 1977, A területi egyenlőtlenségekre ható tényezők számszerűsítése, pp. 105–108.) Ráadásul az itt számbavett tényezők ex post jellegűek: a gazdasági eredményekben megnyilvánult versenyképességhez köthetők (Lengyel 2003).

Munkánkban az Európai Unió régióit vizsgáljuk e két tényező szempontjából. Erre példát találunk Lengyel (2003) munkájában – a szerző itt a háromtényezős felbontást alkalmazta, bár a harmadik elemet nem elemezte; e téren vizsgálatait, módosítva, újabb adatokkal meg tudjuk ismételni. Egy másik példát jelent az Európai Unió legutóbbi, negyedik Kohéziós Jelentése, amely szintén tárgyalja ezen statisztikai mutatókat (EB 2007); ehhez képest, a frissebb adatokon túl, a magyarországi hangsúlyok jelentenek eltérést.

Kutatásunkhoz adatforrásként az Eurostat REGIO adatbázisát használtuk (népesség, foglalkoztatottak száma, GDP [vásárlóerő-paritáson]), területi egységeknek pedig a NUTS 2 régiókat vettük. A változások követése miatt több évre visszamenőleg is megnéztük az egyes adatokat – nyitó évnek az EU-ba való belépésünk előtti évet, 2003-at választottuk.

3. A gazdasági fejlettség regionális jellemzői az Európai Unióban

A jelenlegi 27 európai uniós országban 271 darab NUTS 2-es régió volt 2006-ban. A gazdasági fejlettségbeli különbségek jelentősek közöttük: csaknem minden hetedik NUTS 2 régió egy főre jutó GDP értéke az uniós átlag 125%-a felett volt, ugyanakkor minden negyedik a 75%-ot sem érte el. A legfejlettebb régiók döntően nyugat-európaiak, főként fővárosok, fővárosi agglomerációk, nagyvárosok, nagyvárosi régiók, ill. Luxemburg, valamint Prága és Pozsony. A gazdaságilag elmaradott régiók többsége az újonnan csatlakozott országokban található, mellettük csak egyes dél-európai térségek állnak rosszul; a fejlettségi rangsort lengyel, szlovák, magyar, román, bolgár régiók zárják. (A régiók rangsoraival azonban óvatosan kell bánni, mert különböző jellegű területi beosztások figyelhetők meg az egyes országokban: pl. Prága és Pozsony, mint fővárosok külön NUTS 2 régiók, szemben Varsóval, Budapesttel). Ha a gazdasági fejlettség regionális különbségeinek időbeli alakulását nézzük, akkor megállapítható, hogy az integrációban az egy főre jutó GDP egyenlőtlenségének nagysága fokozatosan csökkent (súlyozott relatív szórás [%], 2003–2006: 30,6; 29,9; 29,5; 28,9), aminek hátterében nagyrészt az áll, hogy az újonnan csatlakozott országokban egyre több fővárosi, nagyvárosi régió (kifejezetten Bukarest, Közép-Magyarország, Pozsony, Nyugat-Szlovénia, Mazóvia Varsóval stb.) zárkózik fel az Európai Unió gazdasági fejlettségi szintjéhez. (Az országok közötti különbségekről, valamint más regionális szintek [NUTS 1, NUTS 3] jellemzőiről l. pl. Szabó P. 2008b.)

Magyarország hét NUTS 2 régiójából hatnak a gazdasági fejlettségi pozíciója 2006-ban rendkívül kedvezőtlen volt: egy főre jutó GDP értékeik az EU-27 átlag 2/3-a alatt voltak, sőt a Nyugat- és a Közép-dunántúli régiót (64, ill. 58%) leszámítva az értékek az átlag 40 és 43%-a között szóródtak. Ezen adatok miatt a 271 EU-régió között 2006-ban az utolsó egyötödben helyezkedtek el, s a négy legelmaradottabb régió (Dél-Dunántúl, Dél-Alföld, Észak-Magyarország, Észak-Alföld) a ranglista 251–255. helyei egyikén tanyázott, mindössze néhány lengyel, román és bolgár egység múlta alul értékeiket. Egyedül a Közép-magyarországi régió gazdasági fejlettsége volt magas, az uniós átlag 106%-a (2006-ban ezzel 102. volt a régiók fejlettségi ranglistáján).

Magyarországon a regionális gazdasági fejlettség változása 2003-ról 2006-ra a szétnyíló oló képét mutatja: miközben a központi régió fokozatosan növelte az EU-27 átlagához viszonyított egy főre jutó GDP értékét (100-ról 106%-ra), s ezzel számos nyugat-európai régiót körözött le, addig a többi hat térség relatív pozíciója romlott, s így egyre hátrébb csúsztak a régiók ranglistáján. A fővárosi térség fejlettsége és dinamikája páratlan hazánkban, sőt, uniós viszonylatban is kiemelkedő (2003–2006 között mindössze három EU-régió tudott e térség elmozdulásához képest többet előrelépni a fejlettségi ranglistán). Magyarország ezen jellemzőivel az EU-tagállamok azon csoportjához tartozik, amelyekben már eleve jelentősek voltak, és az elmúlt években tovább nőttek a gazdasági fejlettség területi különbségei (erről l. pl. Szabó 2008b).

4. A gazdasági fejlettség tényezőinek regionális jellemzői az Európai Unióban

A gazdasági fejlettség tényezőit elemezve, az országok közötti különbségekről röviden annyit emelnénk ki, hogy megállapítható, miszerint 2008-ban az Európai Unió régi és új tagállamai nemcsak gazdasági fejlettségük, de ennek tényezői alapján is elkülönülnek – ám míg a termelékenység (GDP/foglalkoztatott) mutatójában a régi tagállamok – Portugália kivételével – átlag feletti, az újak pedig átlag alattiak voltak, addig a foglalkoztatás terén már összetett a kép, hiszen több nyugat- és dél-európai államban rosszabb volt a helyzet, mint például a balti országokban, Csehországban, vagy Szlovéniában. A legrosszabb helyzetben azok az országok vannak, ahol mindkét mutatószám értéke kedvezőtlen, Magyarország ez utóbbi kategóriába tartozik. Hazánk gyakorlatilag külön „halmazt” alkot, mivel a termelékenység terén bár több országgal áll közel egy szinten, ám ezekben a népesség számához viszonyított foglalkoztatotti létszám messze magasabb értékkel bír mint hazánkban, ill. a foglalkoztatás terén velünk egy szinten álló országokban pedig jóval magasabb a termelékenység. Itt még arra hívható fel a figyelem, hogy 2003–2008 között Magyarországnak az Európai Unió átlagához viszonyított gazdasági fejlettsége (GDP/fő) gyakorlatilag nem változott (63–64%), ám ennek két tényezőjében számottevő, „ellentétes” elmozdulás történt: mialatt az élőmunka-termelékenység nőtt, addig a foglalkoztatottsági helyzet csökkent az EU átlagához képest (1. táblázat); együttesen ezért nem változott a kép.

1. táblázat. A magyarországi élőmunka-termelékenység és foglalkoztatottsági helyzet változása az EU-27 átlagához képest, 2003–2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
GDP/Foglalkoztatott (EU-27 = 100%)	68	69	69	70	70	72
Foglalkoztatott/Népesség (EU-27 = 100%)	93	92	91	91	89	88

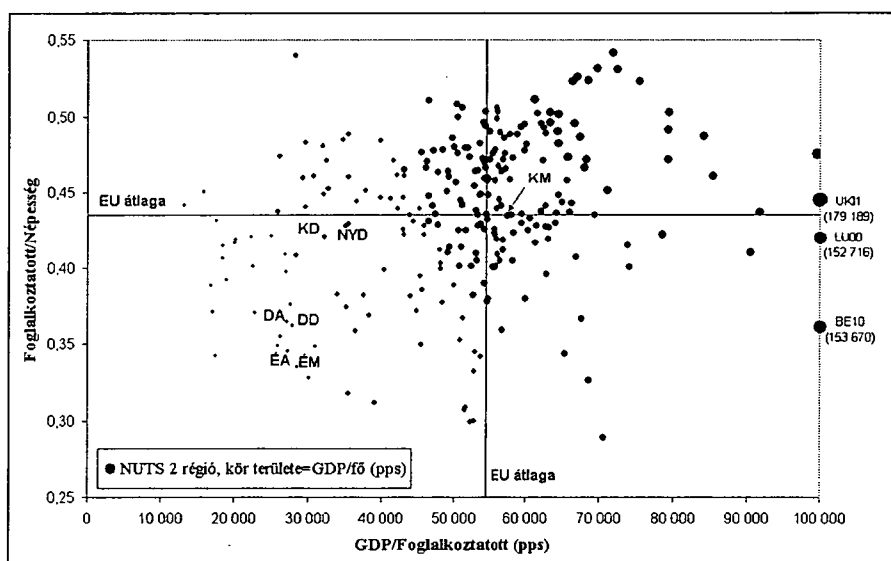
Forrás: A szerző saját számítása

Ami a regionális szintet illeti, a két tényező, a termelékenység és a foglalkoztatás esetében rendkívül nagy volt a szóródás 2006-ban az Európai Unióban (1. ábra). Itt is elmondható, hogy a régi tagállamok kedvezőbb helyzetűek a munkatermelékenység terén: régióik többsége az uniós átlag körüli, feletti értékkel rendelkezik, s őket a keleti országok nagyvárosi régiói „kísérik”. A foglalkoztatás terén viszont – akárcsak az országok esetében – vegyes a kép.

2006-ban a GDP/foglalkoztatott mutató esetében a magas értéktermeléssel (szolgáltatás, K + F stb.) jellemezhető nagyvárosi térségek (pl. Belső-London, Brüsszel, Stockholm, Bécs, Hamburg és Bréma tartományi jogú városok, valamint Párizs, Róma, Athén és Dublin régiója, ill. München, Antwerpen, Milánó térsége) és Luxemburg állt az élen; a kelet-közép-európai térségből mindössze Prága és Pozsony kerültek be az élmezőnybe. A legalacsonyabb termelékenységgel jellemezhető régiók a – fővároson kívüli – román, bolgár

térségek, ill. Lengyelország, Magyarország és Szlovákia egyes régiói voltak; mellettük a balti államok és nyugatról egy-két portugál régió volt igazán rossz helyzetben e téren. E térségekben az alacsony gazdasági hatékonyságú ágazatok dominálnak (gyakorta magas mezőgazdasági súly, több helyen alacsony értéktermelésű, elavult ipari tevékenység).

A 2006-os foglalkoztatottsági adatok esetében viszonylag kevert a mezőny, például a legkedvezőbb helyzetű régiók között több holland és brit térség mellett, egy-két svéd, spanyol, cseh, szlovák, portugál, finn, német régió is szerepelt. Ezek főként fővárosok, dinamikus nagyvárosi agglomerációk (Stockholm, Madrid, London tág ÉNy-i agglomerációja, Utrecht, illetve Amszterdam térsége, Közép-Portugália Portóval, Prága, Pozsony stb.). E térségek egy részében a dinamikus, modern gazdaság ellenére magas a foglalkoztatotti ráta, másoknál viszont az alacsonyabb hatékonyságú, de munkaerő-igényes ágazatok szívják fel a munkaerőt. A legrosszabb helyzetben e jelenségnél döntően dél-olasz, görög, lengyel, magyar, ill. francia és spanyol tengerentúli régiókat találunk, de egy-egy bolgár, belga régió is fellelhető a mezőny végén. E térségekben kevés a munkalehetőség, így alacsony a foglalkoztatási szint, s magas a munkanélküliség.



1. ábra. Az Európai Unió régióinak (NUTS 2) gazdasági fejlettségi tényezői, 2006 (Dánia, Szlovénia régiói nélkül)
(Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Ami a változásokat illeti, az egy foglalkoztatottra jutó értéktermelés terén 2003 és 2006 között komolyabb előrelépést főként a román régiók produkáltak, mellettük szlovák, cseh, lengyel, spanyol, holland régiók, illetve a balti államok is megtalálhatók. Az új EU-tagállamok esetében főként az országok gazdasági átalakulásának (gazdaságtalan üzemek bezárása, külföldi beruházásokkal modern gazdasági ágazatok kiépülése stb.) köszönhető a termelékenység növekedése. Jelentősebb visszaesésről e téren számos olasz, egy-két bolgár, görög, brit, spanyol, belga, francia régió esetében beszélhetünk, ezeknél – az olasz gazdasági fejlődés visszaesése által sújtott itáliai régiókon kívül – általában egyedi okok miatt történt meg az élmunka-termelékenység csökkenése. A foglalkoztatottság esetében sokat javult a helyzete több lengyel és spanyol régióknak, ill. egy-két bolgár, román egységben történt jelentősebb előrelépés e téren. Romló viszonyokkal nagyobb részt francia és brit régiók jellemezhetők.

A hét magyar régióból hat mindkét tényező esetében az Európai Unió átlaga alatti ér-

téssel rendelkezett 2006-ban, igaz, a Nyugat- és a Közép-dunántúli régió a foglalkoztatottság terén alig maradt el tőle. A Közép-magyarországi régió e mutatóban szintén átlaghoz közeli értékkel rendelkezett, viszont az egy foglalkoztatottra jutó GDP-ben messze megelőzte a többi hazai régiót; ám ezzel is éppen csak a közösségi átlag fölött volt.

2003-ról 2006-ra az élől munka-termelékenység terén, az EU-27 átlagához viszonyítva, Közép-Magyarország számottevően, Közép-Dunántúl és Észak-Magyarország kismértékben javított pozícióján, a többi négy régió esetében viszont rosszabb lett a helyzet. A foglalkoztatottak népességhez viszonyított aránya mind a hét régió esetében romlott, legnagyobb mértékben a Közép-Dunántúlon és Észak-Magyarországon, a legkevésbé a Dél-Alföldön és a Közép-magyarországi régióban.

5. Zárzó

Az Európai Unió régiói nemcsak gazdasági fejlettségük, de ennek két – itt vizsgált – tényezője (élől munka-termelékenység, foglalkoztatottság) alapján is jelentősen elkülönülnek, sőt, e téren megállapítható, hogy egyes közepesen fejlett ill. elmaradott régiók, bár az egy főre jutó GDP-jük alapján egy gazdasági fejlettségi csoportban találhatók, más jellegű problémával küzdenek: valahol a gazdasági hatékonyság, valahol a foglalkoztatás áll rossz szul. Ideális lenne mindkét tényező javítása, ám az egyik növelése gyakorta a másik rovására megy. Mindenesetre e struktúrára a regionális elemzéseknek és a regionális politikának is nagyobb figyelmet kell fordítania, főleg amiatt, mivel egyes elmaradottabb EU-régiók gazdasági fejlettségi növekedésének háttérében a foglalkoztatottság emelkedése áll, amely növekedés a gazdasági válsággal járó elbocsátások hatására hamar visszajára fordulhat.

Irodalomjegyzék

- Bruckner J.–Gether I. (2003): A területi GDP-számítás helyzete, a továbbfejlesztés feladatai. Területi Statisztika 6. évf. 4. sz., pp. 323–333.
- Európai Bizottság (2007): Gyarapodó régiók, növekvő Európa. Negyedik jelentés a gazdasági és társadalmi kohézióról. Európai Községek Hivatalos Kiadványainak Hivatala, Luxemburg.
- Kiss J. (2003): A kistérségek 2000. évi GDP-jének becslése. Regionális Tudományi Tanulmányok 8. sz. „Kistérségi mozaik” ELTE Regionális Földrajzi Tanszék–MTA-ELTE Regionális Tudományi Kutatócsoport, Budapest. pp. 39–54.
- Lengyel I. (2003): Verseny és területi fejlődés: térségek versenyképessége Magyarországon. JATE-Press, Szeged.
- Mezei E. et al. (2009): A romániai megyék vidéki jellegének különbözősége és ennek hatása a versenyképességre. Területi Statisztika 12. évf. 4. sz. pp. 441–452.
- Nemes Nagy J. (szerk.) (1977): Regionális gazdaságföldrajzi gyakorlatok. Tankönyvkiadó, Budapest.
- Nemes Nagy J. (1995): A GDP regionális számbavétele. In: Probáld F. szerk. Pro Geographia Humana. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. pp. 99–118.
- Nemes Nagy J. (1998): A tér a társadalomkutatásban. Bevezetés a regionális tudományba. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest.
- Nemes Nagy J. (2004): Új kistérségek, új városok. Új versenyzők? Regionális Tudományi Tanulmányok 9. „Térségi és települési növekedési pályák Magyarországon” ELTE Regionális Földrajzi Tanszék, Budapest. pp. 5–42.
- Rechnitzer J. (1999): Az állami vagyon magánosításának területi dimenziói. Tér és Társadalom 13. évf. 3. sz. pp. 101–120.
- Szabó P. (2008a): A fejlettség, és ami mögötte van. Comitatus 18. évf. 1. sz. pp. 52–62.

BESZE TAMÁS:
Az Európai Unió területfejlesztési politikájának válasza
a globális városrégiók gazdasági erőfőlőnyére

Abstract

The centres of the global economy are metropolises which play important roles not only locally but also in global view. These agglomerations have two faces: these are the engine of the global economic development but they also hold up the possibility of a well balanced spatial development. They abstract many opportunities and financial sources from smaller settlements and the countryside because their size and wide relationship network.

Today there are lots of question without any answers concerning city networks. One of them is the role of these cities in a well balanced, policentric spatial development.

This paper aims to analyze the growing process of the metropolitan areas and to introduce the policentric aspects of the spatial development in some european countries including Hungary.

1. Metropoliszok kialakulása, gazdasági szerepe a globális térben

A XXI. század az emberiség település történetében fordulópontot hozott: először kerültek többségbe a városban lakók (az ezredforduló környékén végzett népszámlálások összesített adatai szerint kb. 3,2 milliárd fő) a falun, illetve vidékkel élőkkel szemben (Enyedi 2003). A megnövekedett elvárásoknak megfelelően ezek a városok már jóval túlmutatnak korábbi. A technológia (elsősorban) új kommunikációs csatornák (internet, email) korszerűsödése mellett ugyanis lehetővé vált nagyobb távolságú társadalmi és gazdasági interakciók lebonyolítása. Ennek következtében elindulhatott egyfajta hálózatosodási folyamat, amelynek révén új területeket beolvastva és új belső, központi magokat kialakítva növekedhettek tovább a korábban, zömében egypólusú nagyvárosok. Ezekre a – kreativitást, innovációt és tanulást ösztönző – kapcsolatokra a rugalmasság és a megváltozott körülményekhez való gyors alkalmazkodás lett a jellemző. A jelenkor nagyvárosaiba pont ezért összpontosulnak a gazdasági életet meghatározó tevékenységek (úgy mint kutatás-fejlesztés, pénzügyi szolgáltatások, high-tech ipari tevékenységek), ugyanis a gyorsan változó technológiai újításokkal együtt rapid módon változó kereslet miatt a vállalatok állandó termékpaletta módosításra kényszerülnek. A gyors és rugalmas alkalmazkodáshoz megfelelő környezetet és eszközöket (pl. képzett munkaerő, megfelelő infrastruktúra stb.) leginkább nagyvárosok képesek biztosítani. Így a világ gazdaságilag meghatározó városai és a vezető nagyvállalatok egyfajta szimbiózisának eredményeképpen mára ezek a települések a világ gazdasági motorjaivá váltak. A gazdasági folyamatok ilyen jellegű térbeli koncentrációja a városkutatókat új fogalmi rendszerek bevezetésére ösztönözte. Ennek kapcsán Sassen (1991) megalkotta a „globális város” definícióját, amely új aspektusból vizsgálta a városok gazdasági szerepét és kapcsolatrendszerét. Ennek nyomdokain elindulva Scott (2003) szerint a világ gazdasági életét meghatározó központok kapcsán már nem is globális városokról, hanem globális kapcsolatokkal rendelkező nagyvárosok egyfajta csomóponti régiójaként, globális városrégióról (global city region) beszélhetünk.

A globális szereppel bíró csomóponti régiók esetében a gazdasági életet meghatározó indikátorként a kimagasló nemzeti, interregionális és nemzetközi hálózati kapcsolatokat, a

gazdasági, tudományos és kulturális pólus szerepet, a komplex társadalmi, gazdasági és területi szerkezetet tekinthetjük (ESPON 2005). Európai szinten ilyen jellegű globális városrégiós területek a Pentagont meghatározó települési agglomerációk közé tartozó ún. Greater London, a Párizst magába foglaló Île de France régió, illetve még inkább csak európai szinten igen erős holland Randstad és a német Rajna-Ruhr agglomerációs terület. Ezeknek a területeknek a gazdasági erőfőlénnyé vitathatatlan. A gazdasági tevékenységek ilyen jellegű térbeli koncentrációja a sok pozitívum (pl. kimagasló életszínvonal, lehetőségek széles választéka stb.) mellett negatívumokat is hordoz magában. Ez a tény az utóbbi évek európai területfejlesztési politikáját is áthatja. Továbbra is fontos a globális versenyben résztvevő európai központok támogatása, de emellett kiemelt figyelmet szentelnek a területi fejlődés egyensúlyának megteremtésére is.

2. Policentrikus területfejlesztés gyakorlata Európában

Bár már az 1950-es évektől is voltak olyan területpolitikai kezdeményezések (pl. a franciaországi „métropoles d' équilibre”), amelyek egy nemzetgazdaság belső egyenlőtlenségeinek a kiegyenlítését meghatározott központok, egyszerre többirányú (azaz poli-) fejlesztésével képzelték el, a policentrikus fejlesztés gondolata markánsan csak az 1990-es években jelent meg az Európai Unióban (Faragó 2006). A kedvező folyamatok eredményeképpen 2002-ben létrehozták az Európai Területi Tervezési Megfigyelő Hálózatot (ESPON), amelynek „ESPON 2006” program néven ismertté vált első periódusában az ESPON 1.1.1. projekt (cím: városias terek és csomópontok szerepe, specifikus elhelyezkedése és potenciáljai a policentrikus fejlődésben) is számos hasznos és érdekes eredményt hozott e témával kapcsolatban.

A kutatási eredmények arra világítottak rá, hogy európai szinten kiegyensúlyozott területi fejlődésről nem beszélhetünk, hisz gazdasági tevékenységeket térbeli sűrűsödése miatt kialakult, 5 nagyváros (London, Párizs, Milánó, München és Hamburg) által meghatározott Pentagonba tartozó területek (amelyek az összeurópai térségnek csak 14%-át jelentik) adják a GDP 43%-át. A kutatások alapján a vizsgálat alapegységeit ún. funkcionális városi területekben (FUAs = Functional Urban Areas) határozták meg, amelyek városi központokat és az ezeket körülvevő rurális/urbánus gazdasági integrációját foglalják magukba. Ezek közül a területek közül 76 nagyobb, ún. nagyvárosi európai növekedési körzetet (MEGA Metropolitan European Growth Area) jelöltek ki, amelyek a fenti négy szempont szerint a Pentagon ellensúlyozásában betöltött szerepüket alapján – a kiemelt központként kezelt Londont és Párizs mellett – 4 kategóriába lettek besorolva. Emellett a kutatás kiterjedt az egyes országok belső területi egyensúlyi helyzetére vonatkozóan is, mely alapján a következő mondható el: Az európai térben – London és Párizs mellett – elsősorban a Pentagonhoz közel eső funkcionális területek a legversenyképesebbek (ESPON 2005). Ehhez kapcsolódóan vizsgálták az országok funkcionális területeinek és ezen belül ezen területeknek a lakossági számát, GDP-jét, szolgáltatási területük nagyságát és a területek elérhetőségét. Az adatokból generált Policentrikus index alapján a vizsgálat eredménye azt mutatta, hogy a tagállamok közül Hollandia, Dánia, Írország, Ciprus, Lengyelország, és Szlovénia a legpolicentrikusabb (Somlyódiné Pfeil 2005).

Hollandiában ennek magától értődő hagyományai vannak, hiszen a II. világháborút követően a Benelux államok tagjaként – Franciaország és Németország mellett – az európai integrációs törekvésekben is erőteljesen képviseltették magukat. Ezt a hagyományt az egységes európai térség belső egyensúlyának kialakításában is tovább folytatták, hisz a holland szakemberek a policentrikus, kiegyensúlyozott területi fejlődés alapjait megfogalmazó ESDP megalkotásakor is tevékenyen részt vettek, nem is ok nélkül. A hollandok a viszonylag nagy területi népsűrűségnek és a tengerrel a szárazföldi területekért folytatott állandó harcnak köszönhetően az évek

során arra lettek kényszerítve, hogy szinte Európa leghatékonyabb területi tervezési rendszerét dolgozzák ki. Ehhez természetesen az ország nyitottsága és ennek következtében a határon átnyúló kezdeményezésekben történő aktív részvétel, illetve Amszterdam és Rotterdamban fontos kereskedelmi szerepének köszönhetően Európa észak-nyugati „gateway” pozíciójának betöltése is hozzájárult. Bár manapság területfejlesztési szempontból elsődleges prioritást limitált számú város pozíciójának megerősítés helyett a komplett városhálózat és a régiók fejlődésének előmozdítása élvezi (Zonneveld 2005), ez nem jelenti azt, hogy az ország letért volna policentrikus területfejlesztés útjáról. A háttérben inkább – a korábbival ellentétben, kissé befelé forduló – politika megfontolások húzódnak meg, amely azonban nem jelenti azt, hogy az ESPON 1.1.1 projekt értelmében MEGA 1. kategóriába jelölt Amszterdam fejlesztési prioritásának jelentősége csökkent volna. A hollandok az utóbbi pár évben Amszterdamot és Rotterdambot együttesen „Randstad” globális városrégióként emlegetik, amely kedvező folyamatok és tervszerű intézkedések esetén akár a Greater London Area és az Ile de France mellett – hozzájárulva az európai gazdasági tér polarizációjához – a harmadik globális szinten versenyképes egységként lehet majd említeni (Lambregts–Zonneveld 2004).

Hollandiához hasonlóan a német területfejlesztési szakemberek is komoly erőt képviseltek az ESDP megalkotásában, hiszen a dokumentumban a kiegyensúlyozott, többpólusú városhálózat kialakításának célját az 1994-ben az Európai Unió soros elnöki tisztét betöltő Németország területrendezésért, építésségért és városépítészetiért felelős német Szövetségi Minisztériuma dolgozta ki. A policentrikus területi fejlődés előnyben részesítését az államszövetségi rendszerének felépítése is támogatta, ellenben az ugyancsak szövetségi államrendszerű Ausztriával, ahol gyakorlatilag a többpólusú fejlesztés valójában csak tartományi szinteken jelentkező prioritás. Németországban a policentrikus fejlesztés szükségessége, gyakorlatilag a II. világháború óta országos és tartományi szinteken egyaránt jelen van. A németek a centrum-periféria elméletre alapozva egymástól jól lehatárolt, az adott város és szolgáltatási (funkcionális) területe által behatárolt agglomerációkat azonosítottak be, ezzel a német városhálózat szerkezetét egy policentrikus rendszer felé elmozdítva. Így a német városhálózatot jelenleg kiemelt központi szerepet élvező központ (pl. más országokban ilyen a főváros) nélkül, viszonylag jól lehatárolt agglomerációs területek (városok és vonzáskörzetük) rendszereként foghatjuk fel, amelyek egymással kooperálnak és a gazdasági folyamataikba a vidéki területeket is többé-kevésbe beintegrálják (Somlyódiné Pfeil 2006). Az európai kiegyensúlyozott területi fejlődés tekintetében azonban a németországi területek elsősorban nem azok közé tartoznak, amelyeknek kompenzálniuk kell a fejlett térségeket. A német területek és több nagyváros is (Stuttgart, München, Hamburg, a Rajna-Ruhr vidék városai) a Pentagon által meghatározott területekbe esnek. Ezért Németország európai mértékkel mérhető feladata elsősorban az ország belső policentrikus szerkezeti egyensúlyának a megteremtése lenne, amelyet jelenleg 6 (Rajna-Ruhr terület, Frankfurt am Main, Stuttgart, München, Berlin, Hamburg) agglomerációs terület (Metropolregionen) képvisel az országban. A német egyesítés után lassan két évtizeddel is azzal kell a németeknek szembesülniük, hogy az ország keleti térségének fejlettsége igencsak elmarad a nyugati területektől. A volt kelet-német városok közül csak egy város (Berlin) tartozik a MEGA kategóriák egyikébe, a többi német város európai egyensúlyban betöltött szerepe ilyen szinten nem értékelhető.

Franciaországot – az 1950-es évek korai kezdeményezéseit követően – még az 1960-as években is olyan területként emlegették, ahol Párizs az oázis szerepét tölti be az ország többi, gazdasági szempontból elmaradott leginkább sivatagként jellemezhető területe mellett. Változást ezen a helyzeten az 1980-as évek hoztak, amikor is a kormányzat a városoknak és a régióknak nagyobb közigazgatási önállóságot adott. A decentralizációs törekvések következő fontos állomása 1999. év volt, alapvetően 3 új törvénynek köszönhetően. Ezek közül területfejlesztési szempontból a városok szolidaritásáról és megújításáról szóló tör-

vény kiemelendő, amely a városoknak teljesen új területfejlesztési eszköztárat és a komplex területfejlesztési rendszert biztosított (Somlyódiné Pfeil 2006). A törvény emellett a városoktól globális szemléletet követelt, amelynek során a várost a vonzáskörzetével együtt kell kezelni a fenntartható fejlődés elvének érvényesítése mellett. A jogi szabályozás a városok közötti együttműködések rendszerét is felülvizsgálta és valódi, hatékonyan működő városhálózat érdekében egyszerűsíteni kívánta azt. A változtatások lényege olyan homogén közösségi halmazok képzése, amelyek koherensen együtt dolgozva, akár horizontális intézményrendszerek létrehozásával segítik további fejlődésüket. Ilyen közösségi halmazt képeznek nagyvárost övező települések, összefüggő, urbanizált közössége, amelyek legalább félmillió lakossal rendelkeznek és amelyek közül kikerülhetnek az európai szinten is versenyképes városi területek. A jelenlegi francia hosszú távú fejlesztéspolitikát a francia kormány által megbízott DATAR-nak (Területrendezési és Regionális Fejlesztési Delegáció) a kiegyensúlyozott területfejlesztés szempontjából kidolgozott 4 forgatókönyv határozza meg, amely két ellentétpárra épült. Az egyik a globális-lokális gazdasági paradoxon, a másik ennek politikai vetülete a jakobinus (centralista politika) – girondista (hálózati decentralizmus) ideológiai ellentét. A DATAR az elkészült négy forgatókönyv közül az utóbbi politikai ideológiai alapokon nyugvó, policentrikus ország szerkezet megerősítését tartotta elfogadhatónak, amely az ország 2020-ig tartó hosszú távú területi tervezését kell, hogy áthassa. Ennek oka indoklásuk szerint az volt, hogy ez felel meg leginkább fenntartható fejlődés ESDP-ben is megfogalmazott szentháromságának: társadalmi kohézió, gazdasági versenyképesség és környezeti egyensúly (ESDP 1999). A policentrikus területfejlesztés megvalósításában azonban eléggé sajtáságos utat választottak. A központokra épített fejlesztési elképzelések helyett/mellett inkább metropoliszok és középvárosok együttműködő, belső regionális kapcsolati közösségeire épülő fejlesztésben gondolkodnak. A fejlesztési stratégiák is alapvetően település együttesekre építenek és nem tesznek különbséget városi, vidéki vagy természeti területek között. Ezek a közösségek önálló fejlődési pályával rendelkeznek, amelyek régióközi funkciómegosztást, azaz interregionális szervezeti rendszereket hívnak életre. Franciaországban így 6 nagy településhálózati egységről beszélhetünk, amelyek együttesen képezik az ország policentrikus városhálózati rendszerét. Ezekben a település együttesekben találhatóak meg azok a városok, amelyek európai (pl. MEGA 4. kategóriás Bordeaux, Lyon, Marseille) vagy globális (Párizs) is versenyképesek és az európai policentrikus területfejlesztés egy-egy építőkövét képezik.

Az Egyesült Királyság többpólusú, kiegyensúlyozott területfejlesztéssel kapcsolatban az ESPON vizsgálatok arra világítottak rá, hogy a policentrizmus fejlesztési irányelvei inkább regionális, sem mint nemzeti szinten érvényesülnek (ESPON 2005). Nemzeti szinten gyakorlatilag az ország teljes területének fejlődését kiemelten kezelik, melyben a növekedést általánosságban támogatják. Azonban regionális szinten más a helyzet. Például az Észak-Írország regionális fejlesztési stratégiának egyik kulcseleme a policentrikus fejlődés előmozdítása, hisz Belfast domináns súlya mellett a többi északír terület jelentős lemaradással küzd. A helyzet North West régió esetében is hasonló, ahol viszont a kétpólusú szerkezeti megosztottságára helyeződik a figyelem. A régióknak ugyanis két meghatározó pólusát Liverpool és Manchester adja, amelyek kapcsolatrendszer a régió teljes déli területét áthatják. Azonban a régió északi területei felé haladva egyre nagyobb azoknak a vidéki területeknek az aránya, amelyek gyenge pozíciójuk miatt nem képesek bekapcsolódni a regionális és országos szinten is sokkal versenyképesebb déli területekhez. A policentrizmus regionális jelenlétét a West-Midland régió fejlesztési stratégiájának elnevezése („network of places”) is fémjelezi, amely többpólusú, városi és vidéki területek egyidejű fejlesztésére nagy hangsúlyt fektet. Összességében a brit regionális fejlesztési irányelveket tartalmazó dokumentum (Regional Planning Guidance [RPG]) alapján is megerősítést

nyerhetünk, hogy regionális szinten a policentrizmus kiemelt figyelmet élvez, amely igazából a regionális szintű dokumentumok ESDP irányelvei által történő befolyásoltsága eredményez (RPG 2001). Mivel a policentrikus gondolkodásmódnak az Egyesült Királyságban nincsenek igazán nagy hagyományai, így ez a folyamat nemzeti szinten kevésbé érezhető. Azonban a kiegyensúlyozott területfejlesztés megvalósítása érdekében itt is mutatkoznak erőfeszítések, amelyeket az is jelez, hogy a „Greater London” területe mellett a Pentagon hegemoniájának megtöréséért folytatott küzdelemben a MEGA 2. kategóriába sorolt Manchester, valamint MEGA 3-as Glasgow, Edinburgh és Birmingham, valamint a 4. kategóriás Southampton is helyet követel magának.

3. A policentrikus területfejlesztés új kutatási területei

Az ESPON 1.1.1 projekt sikeres fogadtatását követően a 2007. november 7-én elfogadott, ESPON 2013 program 1. prioritásán belül is számos olyan kutatási téma kerül(t) kiírásra, amelyek az ESPON 1.1.1. projekt kutatási eredményeit is felhasználva újabb esélyt adnak – további négy országgal (Svájc, Izland, Liechtenstein és Norvégia) kibővült európai tér kiegyensúlyozott fejlődésének előmozdítására (ESPON 2007). Az első körben kiírásra került „Városok és agglomerációk: funkcionalitásuk és fejlesztési lehetőségeik az európai versenyképesség és kohézió szempontjából” címet viselő téma nyertes projektje a FOCI (Future orientation for cities), melynek témavezetője a Free University of Brussels. Az utóbbi évek meghatározó fejlesztési dokumentumaiban (pl. Lipcsei Charta-ban, az Európai Kohéziós politika 2007–2013-ra vonatkozó dokumentumai) a városokat a növekedés és munkahelyteremtés „motorjainak” tekintik. Jelen kutatási projekt megvalósítására kiírt pályázat értelmében a kutatás célja annak vizsgálata, hogy a városok (elsősorban a nagyobb városok és városi agglomerációk) területi fejlődésben betöltött szerepét elemezzék és rávilágítsanak azok fejlődési tendenciáira, valamint meghatározzák ezen települések fejlődését befolyásoló erővonalat. A 2 éves futamidejű FOCI projektnek 2010. szeptember végére lesz összesített eredménye, azonban az időközi jelentésekből már most kiderül, hogy számos érdekes aspektusa van a kutatásnak. A vizsgálatok többek között az egyes városok között kooperációs lehetőség elemzésére is kiterjednek, elemezve ezen kapcsolatok területenkénti sajátosságait, illetve ezeknek a policentrikus térszerkezet kialakításában fontos szerepet betöltő agglomerációk gazdasági teljesítményére vonatkozó hatásait (FOCI 2008).

4. Összegzés helyett

Azzal kapcsolatban, hogy a magyar városok miként járulnak hozzá az európai tér policentrikus fejlődéséhez sajnos egyértelműen lehangoló a helyzet. A magyar településhálózat belső strukturális és egyben funkcionális hiányosságokkal küszködik, amely a globális versenyben igen megnehezíti az ország megfelelő pozicionálását. Persze a problémának alapvető történelmi gyökerei vannak, melyet közel 90 év elteltével sem sikerült feloldani. Ez persze nem azt jelenti, hogy a monocentrikus térszerkezettől pozitív elmozdulást elősegítő intézkedések ezidáig nem történtek, azonban ezek csak részeredményeket szültek. Például a hazai versenyképességi pólusok kijelölése nem tűnik elhibázott döntésnek, hiszen a kijelölt öt nagyváros (Győr, Pécs, Szeged, Debrecen és Miskolc) alkalmas – lakosságszám, 1 főre eső GDP, elérhetőség és kapcsolati rendszereik – alapján leginkább arra, hogy hazai szinten a térségükre gazdaságfejlesztési hatást gyakoroljanak és hazai gazdasági potenciáljuk révén elérjék a nemzetközi városhálózatba való bekapcsolódást is. A kérdés csak az, nemzetközi szinten mit is ér nagyvárosaink gazdasági potenciálja.

Az ESPON 1.1.1 projekt vizsgálatai alapján a hazai területek közül összesen 77-et jelöltek ki potenciális FUA-ként, amelyek gyakorlatilag a magyar statisztikai kistérségek FUA besorolásnak eleget tevő egységeit jelentik (ESPON 2005). A magyar FUA-k közül csak 1 szerepel a MEGA besorolásban (Budapest), míg a kelet-európai országok közül Lengyelország esetében 8 db, Románia esetében pedig 2 db-ról beszélhetünk. A nemzetközileg jelentős nagyvárosok között is csak 4 városunk szerepel Debrecen, Győr, Miskolc, Szeged), amelyekhez a Planet Cense projekt keretében sikerült Pécs-et is beemelni (Raffay 2005). A térségben 3. kategóriás MEGA-ként Budapest olyan városokat előz meg, mint Bukarest, Ljubljana, Krakkó vagy Temesvár. Az európai tér egyensúlyára vonatkozóan ez azt jelenti, hogy egy-két jellemző alapján Budapestnek lehetősége van a térségben meghatározó városok között megerősödjön, sőt, a 2. kategóriába tartozó Athén, Helsinki mellé lépjen, de egyidejűleg fennáll annak a veszélye is, hogy pozíciót veszítve Krakkó, Ljubljana Bukaresttel szemben az európai versenyben alul maradjon. Magyar vonatkozásban további negatív eredmény, hogy a policentrikusság vizsgálata szempontjából a legrosszabb besorolást Norvégia, Finnország, Spanyolország, Portugália és Svédország mellett Magyarország kapta. Eszerint ezek az országok az európai tér legmonocentrikusabb országai, mely térszerkezeti tulajdonság – az ország méretétől függően eltérő súllyal – gátja lehet az európai tér kiegyenlített fejlődésének.

Irodalomjegyzék

- Enyedi Gy. (2003): Városi világ – városfejlődés a globalizáció korában. Habilitációs előadás. Pécsi Tudományegyetem. Pécs.
- ESDP (1999): European Spatial Development Perspective: Towards a Balanced and Sustainable Development of the Territory of the EU. Committee for Spatial Development, Luxembourg.
- ESPON (2005): 1.1.1. Potentials for policentric development in Europe. Final report. NORDREGIO.
- ESPON (2007): The ESPON 2013 programme. European observation network on territorial development and cohesion. European Commission Decision C(2007)5313 of 7 November 2007. Brussel.
- Furagó L. (2006): A városokra alapozott területpolitika koncepcionális megalapozottsága. Tér és Társadalom, 2, 83–102. p.
- FOCI (2009): Future Orientation for Cities – Interim report. Free University of Brussels (IGEAT). Brussels.
- Lambregts, B.–Zonneveld, W. (2004): From Randstad to Deltametropolis: Changing Attitudes Towards the Scattered in: European Planning Studies, 3, 299–321.o.
- Raffay Z. (szerk.) (2005): Magyarország részvételével folyó transznacionális együttműködések vizsgálata. MTA RKK, Pécs.
- RPG (2001): West Midlands Regional Planning Guidance. Government Office for the West Midlands. Birmingham. 2001.
- Sassen, S. (1991): The Global City: New York, London, Tokyo. Princeton University Press, Princeton.
- Scott, A. (2003): Global city region: Trends, theory, policy. Oxford University Press. Oxford.
- Somlyódiné Pfeil E. (szerk.) (2005): Változási trendek az Unió regionális politikájában – Kutatási záró tanulmány. MTA RKK. Pécs.
- Somlyódiné Pfeil E. (2006): Nemzetállami várospolitikák és az Európai Unió policentrizmus koncepciója. – Tér és Társadalom. 4, 31–47. p.
- Szabó P. (2008b): A gazdasági fejlettség egyenlőtlensége az Európai Unió különböző területi szintjein. Területi Statisztika 11. (48.) évf. 6. sz. pp. 687–699.
- Zonneveld, W. (2005): The Europeanization of Dutch National Spatial Planning: an Uphill Battle. DISP 4. 4–15. p.

DEÁK ISTVÁN:

Megye vagy régió a közigazgatási közép szinten? A közigazgatási közép szint fejlődésének rövid története 2000-ig

Abstract

The biggest dilemma of the Hungarian public administration, state administration nowadays is the future of the medium level administration. There are fierce debates in scientific and political circles about whether the county strengthened in its competencies should fill this position or the region functioning not always satisfactorily in the field of the territorial development.

The picture is completed by the theory of the „big county system” reappearing from time to time in scientific literature. The European spatial development and the appearance of the „city regions” lead to different solutions and development strategies in the member states of the EU. In Hungary, there has been no step forward yet. The competencies, tasks of the „small regions” need to be clarified, only ad-hoc solutions were born depending on the political circumstances without any conceptions in the long run.

*A vármegye a magyar lélek és jogi felfogás
egyik legeredetibb alkotása, melynek története
szinte összesik a függetlenségért és szabadságért
folyton harcoló nemzet történetével.*

(Révai Nagylexikona, Budapest 1926. 19. kötet, 19. oldal)

1. Bevezetés

A mai magyar közigazgatás, államigazgatás legnagyobb kérdése, hogy mi lesz a közép-szinttel. Ádáz szakmai és politikai vita dúl arról, hogy a történeti alapoottságú megye hatáskörében és feladatkörében megerősítve alkalmas erre, vagy a területfejlesztésben jól-rosszul működő régió töltse-e be ezt a pozíciót. A képet árnyalja az időközönként a szakirodalomban megjelenő „nagy megyés” elképzelés.

Az európai térfejlődés, illetve a „városrégiók” megjelenése más és más megoldásokat, fejlődési pályákat jelöl ki az Unió tagországaiban. Magyarországon nincs előrelépés. A kistérség-járás szerepköre, funkciója még nem tisztázott, ad-hoc megoldások születnek hosszú távú koncepciók nélkül, a mindenkor választási ciklusok függvényében.

Tanulmányomban a magyar megyerendszer kialakulásával, fejlődésével a legitimációs kérdést kívánom áttekinteni.

2. A magyar megyerendszer fejlődése

2.1. A megyerendszer kialakulásának időszaka

Bár a különböző történész vélemények megoszlanak a Szent István halálakor létező vármegyék számáról, a leginkább általános vélemények szerint akkor mintegy 35–40 vármegye létezhetett, mely a későbbiekben tovább növekedett. Teljes történeti fennállása alatt szinte sohasem fedte le az ország területének egészét (Nagy 2000).

A vármegyerendszer már a korai századokban is a területi önkormányzat fontos egysége volt, de teljesnek tekinthető szerepköreit csak a XIII–XIV. századtól, a nemesi vármegye kialakulásától töltötte be.

A vármegyénél nagyobb területi egységek létrejöttére a korai századokban csak szórványos példákat találunk. Az ország harmadát lefedő dukátus fennállására a 12. század elejétől tulajdonképpen nincs adat. A későbbi korokban a szűkebb értelemben vett országtest megosztására csak elvétve kerül sor. Ilyennek tekinthető a viszonylag rövid életű szerémségi hercegség felállítása, a stájer hercegség Vas, Zala és Somogy megyékkel megnövelt területe, az ifjabb királyság területének kialakítása IV. Béla alatt. A későbbi korokban Erdély státusza, valamint a bánságok területe bírt e jellemzőkkel. Idesorolhatók továbbá e korból a tartományúri hatalom területei is.

A török megszállás előtti korszakban tehát a területi közép szint kialakulása a királyi, majd a nemesi vármegyét emelte meghatározó szereplővé. A járások megjelenése dokumentálható, de szerepköreik elenyészőek, a megyénél nagyobb térszerkezeti egységek szintén nem dominánsak, inkább a peremvidékekre jellemzőek.

Sajátos szerkezetet alakított ki a török hódoltság időszaka, amikor az ország területi egysége megszűnt, három részre szakadt. A török uralma alatt egyfajta kettős közigazgatás alakult ki. A megszállók által kialakított négy vilájet struktúrája kevésbé illeszkedett a korábbi rendszerhez, miután önállósága jelentős mértékben korlátozott volt.

A magyar vármegyék szerepe, jelentősége gyakorlatilag nullává vált, s legfeljebb a megmaradt hazai lakosság terheinek fokozására szorítkozott azzal, hogy a földesurak e rendszerben próbálták adószedéseiket törvényesíteni.

A királyi Magyar vármegyék területén lényeges változások nem történtek, legfeljebb a polgári és katonai közigazgatás különválásáról beszélhetünk.

Speciális helyzet alakult ki a keleti területeken az Erdélyi Fejedelemség létrejöttével, s ennek kebelén belül az ún. hajdútelepülések kialakulásával, melyek a vármegyei kereteken kívül, sajátos települési és térségi önkormányzatokként működtek.

A hódoltság megszűnése után nagy vonalakban, viszonylag gyorsan visszaszerveződtek a középkori vármegyék.

2.2. A polgári, területi közigazgatás formálódása

A hatékonyság növelésének zászlóira tüzésével az első közigazgatási reformkísérlet II. József nevéhez köthető. A cél a nagyobb területi egységek létrehozása, a kialakult rendi ellenállás legfőbb bástyáinak a lebontása volt azért, hogy egy, az uralkodóhoz hű apparátus vegye át a közép szintek vezetését. Az így létrejött tíz kerület élén királyi biztosok álltak. A rendszer 6–7 éves fennállása hatékornak bizonyult, de az uralkodó halála után, az 1791-es országgyűlés a régi kerteket állította vissza.

A szándék azonban, mely szerint a megyei apparátusokba szakértő személyek kerüljenek delegálásra, megmaradt. A folyamat 1844 végével indult meg osztrák és részben magyar támogatással, de a 48-as események ismét elsöpörték a kezdeményezést. A Bach-korszakban aztán újra hasonló törekvéseket figyelhetünk meg, amikor a cél olyan területi egységek létrehozása volt, ahol a magyar nyelvű lakosság kisebbségbe kerül a nemzetiségekkel szemben. A létrehozott 6 kerület lényegében meg is felelt ezen szándéknak, de a korszak névadójának halála ismét eltörölte a „reformokat”.

A kiegyezésig elkeseredett harcok követhetők nyomon, mivel a magyar politikai elit saját hatalmának zálogát látta a területi önkormányzatisággal bíró vármegyékben, ezért a bármely irányból érkező változtatási szándéknak minden erejével ellenállt.

A dualizmus korának legfőbb vívmánya a polgári közigazgatás megteremtése volt. Az

1867–82-es vármegyei reform újra határozta a települések jogállását, szakmailag hozzáértő apparátusokat alakított ki.

A XIX. század hetvenes-nyolcvanas éveiben európai mértékkel mérve is valóban korszerű volt a magyar területi közigazgatás. További fejlődésében azonban újra megrekedt. A virilizmus, ahol a vagyon számított központi tényezőnek, a rendszer alappillérvé merevedett, s egészen a második világháborúig fennmaradt. Társadalmi értelemben a dzsentrí politikai szerepét sem volt képes semmi kiváltani, aminek a közigazgatás is csak a kárát látta. A két világháború közötti reform- és racionalizálási kísérletek tehát ismét halálra voltak ítélve (Németh–Szabó 1993).

Hazánk területének a trianoni békeszerződés által történt felosztása 30 vármegyét teljesen elragadott a magyar állam kötelékéből és a megmaradt 33 megye közül is csak 10 volt sértetlen, a többi 23 pedig csonka. Az 1923 évi XXXV. tc. a szomszédos csonka vármegyét takarékosági szempontból ideiglenesen közigazgatásilag egyesítette úgy, hogy összesen 25 megyei törvényhatóság működött (Révai p. 21).

2.3. A II. világháború utáni változások hatása a területi közigazgatásra

1947-től a politikai élet szereplői különböző képen kívántak hozzájárulni a közigazgatáshoz. A reform elképzelések közül a legradikálisabbnak a Bibó, Erdei, Mattyasovszky névvel fémjelzett, a Nemzeti Parasztpárthoz köthető változat volt, mely szerint 70–80 város-megyét kívántak létrehozni, s ezekből 7 kerületet, központjukban regionális centrumokat kialakítva. A modell az alföldi mezővárosokra alapult, de az északi és a dunántúli országrészekre nem került adaptálásra.

A másik fő vonulat szovjet alapozottságú, a gazdasági kapcsolatokon nyugvó, a megyénél nagyobb területi egységek kialakítását célzó irány volt. Az ún. rayonírozás fő képviselője Markos György volt.

Az 50-es évek elején gőzerővel indult meg az egyetemeken, tudományos műhelyekben ezen rendszer elméleti és gyakorlati megalapozása. A jelentős vitákat is kiváltó műhelymunkáknak az 1971-ben megjelent Országos Településfejlesztési Konceptió elfogadása vetett véget, ahol politikai alapon deklarálták az ún. tervezési-gazdasági körzetek kialakítását, ám ezek is csak fikciók maradtak.

A hetvenes évek végétől fokozatosan megszűntek a járások, helyüket a városkörnyéki rendszer kialakítása vette át. Ezen alsó középszintek mellett a közigazgatás tényleges középszintű szereplőjévé a 80-as évek közepére a megye vált.

Az Ötv. hatályaba lépéséig a megyei tanácsok közvetítették a helyi tanácsokhoz a központi célkitűzéseket, gondoskodva a központi irányítás, illetve az ágazati politikák érvényesítéséről. Emellett feladatuk volt a települések, azok tanácsainak érdekképviselése, valamint olyan szolgáltatások biztosítása, amelyek a megye egészét, vagy nagy részét érintik, vagy valamilyen különleges igényt elégítenek ki, speciális ellátást nyújtanak.

A rendszerváltás előkészítésekor készült szakmai értékelések szerint a harmadik, 1971-es tanács törvénnyel számos központi célkitűzés jelent meg elsősorban a terület- és településpolitika területén. A területi önkormányzatiság egyes elemeinek kialakítására történtek ugyan kísérletek, de ezek realizálása nehezen érvényesült. A megyéknek különösen a forráselvonó, újraelosztó szerepét kritizálták a városok és a községek. Sajátosan keveredtek a különböző megyei funkciók. A megyei tanács döntően államigazgatási jelleget mutató szervezeti egységei a központi szervek területi szerveiként működtek. Általánosságban a helyi tanácsok érdekképviselése és érdekegyeztetése megyei szinten alig érvényesült.

A megyei tanács testület tekintetében a közvetett választás rendszere sem vált be, a testületek személyi összetétele kedvezőtlenül alakult, ugyanis a tanács tagok egy része nem volt tagja a helyi tanácsoknak, a községek egy része így érdektelenné vált a választási mechanizmusban.

2.4. Az önkormányzati rendszer helyreállítása

A politikai szándékok, akaratuk kulminálása eredményeként az Ötv. elfogadásával a megyék elvesztették forrásaikat, jogosítványaikat, így a területi középszint lényegében súlytalanná, intézményfenntartóvá degradálódott, lebegővé vált (Zongor Gábor kifejezése).

Ezzel párhuzamosan a települések önkéntes együttműködése révén létrejöttek az első térségi társulások először egy-két, majd később egyre több konkrét probléma kezelésére, megoldására, a térség fejlődését segítő kérdések rendezésére. Ugyanakkor nem volt törekvés a megye egész területét lefedő szerveződések létrehozására.

A központi kormányzat felől is új területi szint került kialakításra az un. köztársasági megbízotti intézményrendszer felállításával. Az ország területét 8 régióra bontó területi szervezet a kormányzat kinyújtott karjaként funkcionált a megyék felé, másik oldalról pedig törvényességi felügyeletet látott el a helyi, térségi döntések felett. A felállított KMB-regiók súlyát csökkentette, hogy önálló szerepük nem volt, forrásokkal nem rendelkeztek, legitimációjukat sem a megyék, sem pedig a települések nem fogadták el.

A megyék az előzmények ellenére, vagy azokkal együtt is, a települések döntő hányada számára még ebben az időszakban is a területi középszint legfontosabb szereplői maradtak azért, mert a kialakuló dekoncentrált hivatalok (DEKO-k) is alapvetően megyei területi alapozottságúak, másrészt pedig a történelmi alapozottságú identitástudatot nem lehetett, s ma sem lehet tollvonásokkal, politikai akaratokkal megváltoztatni.

Az 1994-es Ötv. módosítás némileg új helyzetet hozott a megyék számára, mivel a közvetlenül választott képviselők révén a Megyei Közgyűlések legitimációja növekedett, néhány korábban elvesztett jogosítványukat visszakapták, s befejeződött a megyei alapozottságú DEKO rendszer kiépítése. Megszűntek a KMB régiók, s a megyei jogú városok is elvesztették bizonyos olyan jogosítványaikat, amelyekkel a megyei szint erősödhetett.

Sajnos a megyei középszint problematikáját az 1996-os, európai szintű Területfejlesztési törvény sem rendezte. Bár a területfejlesztés központja a megye lett, alapegységei statisztikai kistérségek. Érdekesség, hogy a rendszer alapegysége a munkaszervezet, a Területfejlesztési Tanács lett, nem pedig a legitimnek tekinthető Megyei Közgyűlés, amely csak elnökével képviselteti magát. A 99-es törvénymódosítás tovább erősítette a régió szerepét. A területfejlesztés központja mára az átpolitizált régió.

3. Következtetések

Elengedhetetlennek látszik az önkormányzati középszint megerősítése, ami történhet a mai megyék történelmi hagyományokon nyugvó feladat, hatáskör és illetékességének visszaállításával. Elképzelhető a mai megyék „nagy megyékké” történő összevonása a mai hivatalosan létező hét fejlesztési régió bázisán, a fejlesztési régió önkormányzati régióvá történő fejlesztése, sőt a „három régiós” modell is. A szakirodalomban jelenleg ezek az elképzelések a leginkább ismertek. A lehetőségek mindegyikének vannak előnyei és hátrányai, amit itt nincs lehetőségem kifejteni. Meggyőződésem szerint az önkormányzati középszint letéteményese a történelmi alapozottságú, kellő beágyazottsággal és legitimitással rendelkező megye kell legyen.

A Magyarország méreteinél nagyobb országok sem engedhetik meg maguknak azt a luxust, hogy a központi és a helyi szint közé még két lépcsőfokot építsenek be. Véleményem szerint tehát sokkal pregnansabban kell elkülöníteni a területfejlesztés, valamint a közigazgatás kérdéskörét, megszüntetve a jelenlegi átfedéseket. A területfejlesztés bázisa lehet a régió, de legitimitását mielőbb meg kell teremteni.

Végig kell gondolni az átalakulóban lévő európai térstruktúra kapcsán a nagyvárosok, térségi – európai értelemben vett – közterközpontok szerepét, a fejlesztési lehetőséget, a tényleges funkciókkal ellátott decentralizációt.

Bárhogy is döntenek az erre jogosítottak, újra kell értékelni a területfejlesztés „hatáskörét és feladatait” és vissza kell állítanunk annak belső egyensúlyát. A lisszaboni célok teljesítését a jövőben is ki kell egészíteni „hagyományos” területi törekvésekkel, hiszen az elmaradott térségekben a versenyképesség megteremtésének az alapja a felzárkóztatás, tehát a hatékonysági kritériumok teljesíthetőségéhez szolidaritási alapon meg kell teremteni a szükséges előfeltételeket. A régiók és a kistérségek közötti különbségek mérséklésének is kulcsszereplői a városok, a városrégiók. A különböző területi szintek között világos feladat- és funkciómegosztást kell kialakítani, ami decentralizációval és az alsóbb szintekről az állam kivonulásával kell járnia. Újra kellene szintetizálni a városfejlesztési és a regionális fejlesztési modelleket és új minőségű területpolitikát, területfejlesztési logikát kellene alkalmazni, amelyben a városoknak kiemelkedő szerepük van (Faragó 2006).

Irodalomjegyzék

- Faragó László (2006): A városokra alapozott területpolitika koncepcionális megalapozása. Tér és Társadalom, évf. 20. 2. szám.
- Hajdú Zoltán (2002): Magyarország közigazgatási földrajza, Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs.
- Horváth Gyula (1998): Európai Regionális Politika (Dialóg Campus kiadó, Budapest–Pécs).
- Horváth M. Tamás (2004) (szerk.): A regionális politika közigazgatási feltételei. Variációk az uniós csatlakozás küszöbén. BM IDEA Program, MKI.
- Horváth M. Tamás (2007) (szerk.): Nézetek és Látszatok (KSZK ROP 3.1.1. Programigazgatóság, Bp.).
- Horváth M. Tamás (2007) (szerk.): Piacok a főtéren (KSZK ROP 3.1.1. Programigazgatóság, Bp.).
- Nagy Gábor (2000): Múlt, jelen, jövő – a területi középszint Magyarországon, Comitatus. január–február.
- Németh Jenő, Szabó Lajos (1993) (szerk.): A közigazgatási középszint szerepe különös tekintettel a megyei önkormányzatok perspektívájára Bp.
- Pálné Kovács Ilona (2005) (szerk.): Regionális reformok Európában. IDEA-TÖÖSZ, Bp.
- Pálné Kovács Ilona (2007) (ed.): Regional Decentralization in Central and Eastern Europe. Pécs: University of Pécs Department of Political Studies, (Political Studies of Pécs, 4.).
- Pálné Kovács Ilona (2008): Helyi kormányzás Magyarországon. Budapest–Pécs: Dialóg Campus Kiadó, (Studia Regionum) (Dialóg Campus Szakkönyvek).
- Révai Nagylexikona (1926): Budapest, 19. kötet.

DR. PHD. JAKOBI ÁKOS*

Térkategóriák és egyenlőtlenségek az információs társadalmi átalakulás korában

Abstract

There are more and more practical experiences confirming that processes affecting spatial differences are altering in certain elements in the information age. By the appearance of the new innovations of information and communication technologies a transformation process has got started, which have changed our opinion on spatiality. From the complex system of interconnectedness the dimensions of digital divide, or the circumstances of inequalities of development and competitiveness can be traced out. Spatial categories went through significant changes in interpretation, which have influenced also regional competitiveness and inequalities. According to our experiences, inherited spatial differences may be repeated in the information age, however, the revaluation of the role of distance or place can put this question into a new light. The parallel existence of traditional and new inequalities is one of the most important phenomenon of the information age.

1. Bevezetés

A területi egyenlőtlenség az empirikus területi kutatásoknak a térbeliség általános fogalmához kötődő központi kategóriája. Leggyakrabban a nem azonosság, a különbözőség vagy a helyi sajátosság fogalmaihoz kapcsolódik, vagy azok helyett szerepel. Az egyenlőtlenség terminusának népszerűsége a társadalom területi kutatásában egyértelmű, s egyre inkább igaz ez az információs társadalom földrajzi vizsgálatában is, ahol ez a fogalom több tartalommal is megjelenik.

Egyértelműnek tűnik, hogy az információs társadalomban a területi egyenlőtlenségekre ható társadalmi-gazdasági vagy geográfiai tényezők a korábbi társadalomformák egyenlőtlenségi hatóelemeivel nem minden szempontból tekinthetők azonosnak. Az ezredforduló változó folyamatai átalakuló, sőt új tényezőket is felszínre hoztak, miközben persze itt-ott a hagyományos egyenlőtlenségi dimenziók is megmaradtak. Teoretikai szemszögből nézve következésképpen a területi egyenlőtlenségek befolyásoló tényezőit három csoportba sorolhatjuk: 1. hagyományos tényezők, amelyek a múltban és a jelenben is azonos módon hatottak a területi egyenlőtlenségek alakulására, 2. átalakuló tényezők, amelyek már a múltban is jelen voltak, hatásuk azonban jelenleg más, mint előzőleg, 3. új tényezők, amelyek korábban nem léteztek (vagy a területi egyenlőtlenségek alakulására nem voltak hatással), újabban azonban befolyásolják a térségi viszonyokat. Bár e fenti csoportok elhatárolása igen nehéz és nem mindig egyértelmű feladat, ezt a közelítésmódot figyelembe véve az információs társadalom területi differenciálós szerepének a korábbi időszak uralkodó folyamataitól való elhatárolása és az azokkal való összevetése lényegében megtehető.

* Adjunktus – Eötvös Loránd Tudományegyetem Regionális Tudományi Tanszék.

2. Változó egyenlőtlenségek az információs társadalomban

Az információs társadalom területi egyenlőtlenségeit meghatározó hatótényezők változó szerepének megítélését az elméleti kutatók leginkább a diffúziós modellek segítségével magyarázzák, főképpen abból kiindulva, hogy az egyenlőtlenségeket alapvetően az IKT eszközök adaptációja határozza meg. A társadalmi és a területi elterjedtség az idő függvényében egy elfektetett „S” alakú görbét ír le, mely attól függően, hogy fejlett vagy fejletlen, előnyös vagy hátrányos adottságú csoporttal van dolgunk, időben késleltetett rajzolatot mutat (Galács–Molnár 2003). A későbbi adaptáció okán egyes társadalmi csoportok (periférikus térségek) a többitől relatíve lemaradnak, ami társadalmi (és területi) egyenlőtlenségek formájában realizálódik. Az adaptációs folyamat különböző szakaszaiban az információs társadalom más és más egyenlőtlenségi típusaival szembesülhetünk. A kezdeti adaptációs szakaszban, amikor még csak kevesen használják az új IKT eszközöket, a hozzáférés szerint rajzolódik ki megosztottság, a nekirugaszkodás szakaszában a használók és a nem használók közötti különbségekről kell beszélnünk, míg a telítődés szakaszában a használat minőségéből fakadó, használó és használó közötti különbségekre esik a hangsúly (Molnár 2002).

A területi egyenlőtlenségi vizsgálatokban az IKT tényezők változó szerepét számszerűleg is meghatározhatjuk. Az 1. táblázat a vezetékes telefonok elterjedtségéből adódó egyenlőtlenségi változásokat mutatja 1992 és 2005 között (megyei szinten). Az eredmények az egyre többek számára hozzáférhetővé váló telekommunikációs eszköz mutatójának radikális és szignifikáns területi nivellálódását jelzik egészen 2001-ig, ami igazolni látszik a széles körű adaptáció egyenlőtlenségeket átértékelő szerepét.

1. táblázat. Az ezer lakosra jutó telefon fővonalak számának megyei szinten mért területi egyenlőtlenségei Magyarországon

Év	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Súlyozott relatív szórás	62,7	54,4	51,2	45,4	37,8	29,7	26,9
Év	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Súlyozott relatív szórás	24,4	22,4	21,3	23,5	23,4	22,7	23,2

Forrás: KSH T-STAR adatok alapján a szerző saját számítása

Érdeemes megfigyelni azonban azt is, hogy az ezredfordulót követő években a távbeszélő fővonalak száma alapján számított területi egyenlőtlenségek mértéke nem csökkent tovább, sőt esetenként növekedett is. A telítődési modellekkel leírt egyenlőtlenségi változások nem ezt jósolták. Esetünkben jobban illeszkedő modellnek tűnik az innovációs modellek azon változata, amely a régi innovációkat felváltó, vagy funkcionálisan helyettesítő új eszközök kifejlődése miatt az innovációs életciklusban a telítettség fázisa után hanyatlással is számol. Valójában a vezetékes távbeszélő eszközök esetében is ez a helyzet. A mobilkommunikációs eszközök, valamint a telefont felváltó egyéb, a hagyományostól eltérő technológiák (pl. ISDN, VoIP) felbukkanása és terjedése új innovációs hullámok megjelenését eredményezte, továbbá azt is, hogy a telefon-ellátottság mutatóját innentől kezdve nem tekinthetjük ugyanolyan területi-társadalmi egyenlőtlenségi tényezőnek, mint amilyen az korábban volt.

Az egyenlőtlenségek változó jellege az információs társadalomban nemcsak a hatótényezők de a különféle egyenlőtlenségi dimenziók mentén is kirajzolódik. Nem is csak a mennyiség, a minőség vagy a szerkezet stb. dimenziójára kell itt gondolni, de az alapvető térkategóriák mentén külön-külön kirajzolódó eltérő egyenlőtlenségi karakterisztikákra is. Lényegében ezek a

szempontok lehetnek azok, amelyek az információs társadalom földrajzát megalapozzák, s ezek formálják meg azt a sajátosságot, ami alapján az információs társadalom térbelisége a hagyományos, nem információs társadalmi térbeliségtől különválasztható. A társadalmi-gazdasági változások tehát átértékeltek a térkategóriák befolyásoló hatásait, melyek a 2. táblázatban összegezhetők. Ez a táblázat természetesen leegyszerűsítve és a legfontosabb sajátosságokat kiemelve sorolja fel az egyes egyenlőtlenségi helyzeteket külön kiemelve a hagyományos közelítésmód és az információs és kommunikációs technológiák okozta radikális változásokhoz illeszkedő utópisztikus elméletek egyenlőtlenségi értelmezéseit.

2. táblázat. A főbb térkategóriák egyenlőtlenségekben betöltött szerepe a hagyományos és az információs társadalomban

Egyenlőtlenséget meghatározó térkategóriák	Egyenlőtlenségekben betöltött szerep	
	a tradicionális (nem információs) társadalomban	az információs társadalomban
Hely	A helyek egyediek A hely minősége számít	Az egyedi helyek feloldódnak A hely önmagában nem számít A hozzáférési hely számít
Helyzet	A centrális és perifériális helyzet földrajzi és társadalmi értelemben is meghatározó	Az IKT koncentrálnak és dekoncentrálnak, hol centrumokat, hol perifériákat erősít
Határ (horizontális elemek)	A határ elválasztó szerepe az egyenlőtlenségek fenntartásában lényeges	A hagyományos határok feloldódnak, új társadalmi határok (gátak) rajzolódnak ki
Hierarchia (vertikális tagozódás)	A hierarchiában elfoglalt szerep lényeges a társadalomban	A hierarchiában elfoglalt szerep lényeges a társadalomban és a hálózatokban
Távolság	A fizikai és a társadalmi távolság szerepe egyaránt lényeges	A fizikai távolság szerepe csökken és áthidalható, a társadalmi távolság szerepe lényeges
Mozgás	A távolság és a mozgás módja együttesen fontos	Az áramlások, az azonnaliság és a mobilitás számítanak

3. Versenyképesség és megosztottság az információs korban

A digitális megosztottság (digital divide) vagy élesebb megfogalmazásban a digitális szakadék (digital gap) az információs társadalom elemzőinek megkülönböztető fogalma arra, hogy kifejezzék, milyen sajátos egyenlőtlenségekről kell beszélnünk ebben a környezetben. A metaforikusan értelmezett digitális jelző természetesen nem a konkrét bináris jellegre, hanem általánosságban az új info-kommunikációs közegre utal. A digitális megosztottság jellemzői igen sokrétűek, melyek között csak egyik – bár fontos – elem a közvetlen területiség. A területi differenciák hátterében általános társadalmi különbségek (is) állnak, úgy mint a népesség jövedelem, iskolázottság, nem vagy kor szerinti összetétele stb. Itt kell megjegyeznünk, hogy a digitális megosztottság kumulatív módon erősíti fel a meglévő társadalmi egyenlőtlenségeket, tehát számos vonásában nem csak az információs társadalomban felbukkanó jelenségről van szó. Az OECD definíciója szerint a digitális megosztottság fő jellemzője a hozzáférés különbözősége, ami az egyének, a háztartások, a gazdasági és a földrajzi területek között létezik, és amelyet különböző társadalmi-gazdasági változók határoznak meg. Az információs társadalom területi-társadalmi egyenlőtlenségeiben az adott (lokális) társadalom humán „kapacitása”, adaptációs készsége, innovativitása, mozgósítható tudása és anyagi tőkéje a meghatározó, amelyek differenciálják a hozzáférés különböző lehetőségeit.

A megosztottság alapvonásaként a társadalom a kimaradók, passzívak és a hozzáférők, résztvevők csoportjaira oszlik, akik között – úgy tűnik – éles határok húzódnak. Az Internetből és az info-kommunikáció egyéb formáiból kimaradók hátrányai csak részben infrastrukturális eredetűek, nagyobb részt az érdeklődés, és a használati képességek hiánya okozza a különválást. Rigler András (2002) tanulmányának szellemes címét idézve, az ilyen helyeken „az információs társadalom kialakulása érdeklődés hiányában elmarad”. A kimaradás okai között találjuk továbbá például a technikai vagy az írásbeli analfabetizmust, illetve alulképzettséget is. Az információs eszközökhöz való hozzáférés, az ellátottság szintje, az eszközök minősége és mennyisége, az eszközökkel bántni tudás foka stb. szerint a társadalom bizonyos csoportjai addicionális előnyökhöz jutnak, míg mások hátrányokat halmoznak fel. A digitális megosztottság persze nemcsak duális tartalomban értelmezhető. A társadalom fragmentálódását, többszintű feldarabolódását tapasztaljuk a társadalmi hierarchiában elfoglalt státuszhoz kötődően is, sőt maga az információs társadalom is sajátos hierarchiákat hoz létre. A társadalmi csoportok között megkülönböztethetjük azokat, akik képesek kihasználni az információs hálózatok lehetőségeit, másodsorban azokat, akik kevésbé mozgékonyan ugyan, de használják a hálózati lehetőségeket, harmadsorban pedig azokat, akik egyáltalán nem kapcsolódnak a hálózatokba.

Mindezen fenti differenciák egyértelmű meghatározói a területi különbségeknek, a kirajzolódó térszerkezeti képek többnyire ezeket a társadalmi differenciákat tükrözik vissza. A nagy hatóerejű szociológiai tényezők mellett azonban erős geográfiai tartalmú motívumokkal is találkozhatunk. A digitális megosztottság többször hangoztatott hozzáférési dimenziója sok tekintetben a földrajzi alapokon nyugvó egyenlőtlenségek következményeként alakul. Az infrastruktúra térségi kiépítettsége, illetve a hálózati hozzáférési pontoktól való távolság a földrajzi értelemben periférikus területeken általában kedvezőtlenebb. Az elérhetőség tehát központi kategóriája az információs társadalom földrajzának. A perifériák esélyeit rontja továbbá, hogy a hálózati társadalom lelkét jelentő műszaki-technikai rendszerek telepítését a gazdaság törvényszerűségei (megéri – nem éri meg) határozzák meg, az infrastruktúra tehát önmagában is megosztja a társadalmat és a teret (Szarvák 2004). A centrum-periféria relációk a város-falu különbségekben is továbbélnek, sőt az egyenlőtlenségek a településhierarchia mentén is meghatározóak többek között annak következményeként, hogy az info-kommunikációs hálózatok csomópontjai főleg a városi terekben találhatók, s a kapcsolódó tevékenységek és szolgáltatások sűrűsödése is ezekben a helyekben a legnagyobb.

Társadalomföldrajzi értelemben az információs és kommunikációs technológiák mérsékelhetik is a digitális megosztottságból fakadó különbségeket. A perifériák relatív felértékelődését eredményezhetik az IKT dekoncentrációs hatásai, illetve különösen a teleház illetve a távmunka lokális információs társadalom élénkítő lehetőségei.

A digitális megosztottság különböző dimenzióinak összegződéseként ma Magyarországon a felnőtt lakosság körülbelül egyharmada számára mindennapi gyakorlattá vált az IKT eszközök elérése, míg körülbelül kétharmad úgy gondolja, számára semmi lényegeset, igényelt tevékenységet nem nyújt a digitális világ. Az Internet használók társadalmi összetétele lényegében nem változott az utóbbi években, a korábbi törésvonalak, amelyek elsősorban a kor és az iskolai végzettség, a jövedelem illetve a településtípus mentén szereződtek, továbbra is fennállnak.

Az információs társadalmi pozíciónak a versenyképesség és a fejlettség regionális különbségeinek alakításában érzékelhető jelentősége van, azaz önmagában új területi egyenlőtlenségi tényezőként is értelmezhető. A többnyire társadalmi tartalmú fejlettség és a jobbra gazdasági tartalmú versenyképesség területi egyenlőtlenségi vizsgálatai arra keresik a választ, hogy az új technológiák vajon reprodukálják-e a korábbi gazdasági térszerkezetet,

ráterősítenek-e az egyes régiók, térségek, települések közötti versenyképességi különbségekre, vagy új, a korábbitól eltérő térszerkezetet hoznak létre. Már a kilencvenes évek elején is világos volt, hogy a fejlettségben érzékelhető eltérések részben az információs korszak kihívásaira adott eltérő válaszlépések következményei, de nem függetlenek az induló pozíciótól, a helyi gazdaság, az infrastruktúra vagy a társadalom állapotától, szerkezetétől, adaptivitásától sem. Másrészt az évtized elején úgy vélték, hogy az Internet és az azzal járó kommunikációs forradalom felszabadítja a gazdaságot a földrajz béklyói alól, mivel az IKT termékek könnyen áthidalják a fizikai távolságot és legyőzik a földrajzi akadályokat. Az egyenlőtlenségek eltűnése helyett az IKT és a high-tech iparágak koncentrációja és a technológiai klaszterek kialakulása azonban éppen az ellenkezőjét mutatta. Ilyen esetekben ugyanis az IKT a korábban is előnyös helyzetben lévő régiók és nagyvárosok versenyképességének növekedéséhez járult hozzá, ami a korábbi egyenlőtlenségeket stabilizálta.

A nem alapok nélkül kiformálódó gazdasági versenyképességi különbségekben az öröklött egyenlőtlenségek mellett azonban egyértelmű új mechanizmusok is megjelentek. Az info-kommunikációs technológiák a világgazdasági folyamatokban átértékeltek a munkaerő-piaci adottságokat a távmunka különböző megoldásaival, az adminisztratív munka más országokba való kihelyezésével (back office-ok létrehozásával) vagy egyszerűen az információs technológiák használatára épülő bértmunka megoldásaival. Az új információ-alapú gazdaságban ezeket a térségeket, illetve ezeket az alkalmazottakat néha „periférikus dolgozóknak” is nevezik, szemben a fejlett munkaerőt foglalkoztató térségek „mag-munkásaival” (core labour force) (Farkas 2002). A periférikus területeken bértmunkát végzők csak táv-rutinmunkát végeznek, és bár sokat használnak a modern technikát, mégis csupán abban a helyzetben, hogy érdemben befolyásolni tudják a hálózati munkájukat (Mészáros 2003). Mindezek eredményeként egyes régiók a fejlesztés központjaivá válnak, mások viszont kimaradnak ebből a lehetőségből.

A fejlettség és a versenyképesség területi egyenlőtlenségei összességében ötvözetét mutatják a hagyományos és az új egyenlőtlenségi motívumoknak. Egyrészt erősödni látjuk a korábbi differenciákat, a város-falu, vagy a gazdag-szegény térségek közötti különbségeket a használati lehetőségek, a hozzáférés és az IKT-szolgáltatások koncentrálódása révén, másrészt viszont a távolság, vagy a hely szerepének átértékelődése következtében, az eddig elzárt területeken is elérhetővé váló technológiák révén enyhülni láthatjuk a differenciák jelentőségét. Kijelenthető tehát, hogy a hagyományos és az új egyenlőtlenségek párhuzama és egymásra épülése az információs társadalom lényegi jellemzője.

Irodalomjegyzék

- Farkas (2002): Információs- vagy tudástársadalom. Információs Társadalom Szakkönyvtár, Infonia Alapítvány – AULA Kiadó, Budapest, 184 p.
- Galács-Molnár (2003): A magyarországi információs egyenlőtlenségek. In: Dessewffy-Z. Karvalics (szerk.): Internet.hu – A magyar társadalom digitális gyorsfényképe, Aula Kiadó, pp. 138–159.
- Mészáros (2003): Kibertér. A földrajzi tudás új dimenziói. Hispania Kiadó, Szeged, 144 p.
- Molnár (2002): A digitális megosztottság értelmezési kerete. Információs Társadalom, 4., pp. 82–101.
- Rigler (2002): Az információs társadalom kialakulása érdeklődés hiányában elmarad. ITTK, Budapest. http://www.ittk.hu/docs/wip_rigler_infoelmarad.pdf
- Szarvák (2004): A digitális szakadék, mint új periféria-képző jelenség. Tér és Társadalom 3., pp. 57–75.

LUKÁCS AMARILLA*

Az üzleti hálózatok és a klaszterek matematikai vizsgálatának lehetőségei

Abstract

My goal with this survey is to discover the opportunities of business networks' and clusters' mathematical examination. Nowadays it can be experienced that more and more countries use business networks and regional clusters as important tools to the development of the economy on the national and on the regional level too because they contribute to the enhancement of competitiveness. To the successful cluster-development policy it is essential, that the clusters get organized in those industrial branches, which play a determining role in an area's life and which can be considered as a key sector in the region. Confirming the identity of potential clusters needs exhaustive excursions which cover more projections of the economical structure in a region, and these audits lean on indices constituted with different mathematical methods, on analyses leaning on the statistical datas and on the qualitative case studies summarizing the experiences of development programs realized in foreign countries.

1. Bevezetés

Jelen tanulmány célja, hogy feltérképezzem a gazdasági tevékenységek térbeli koncentrációjában rejlő előnyök (pozitív extern hatások, agglomerációs és lokalizációs előnyök) kihasználásán alapuló vállalatközi együttműködések, az üzleti hálózatok és a klaszterek matematikai eszközökkel történő vizsgálatának lehetőségeit. Az egyre több országban tudatosan alkalmazott gazdaság- és klaszterfejlesztés alapját ugyanis olyan regionális klaszterek kell, hogy képezzék, melyek sikeresen működnek a piaci feltételek közepette, illetve azokban az iparágakban szerveződnek a magánszféra vagy a kormányzat kezdeményezésére, melyek a térség húzóágazatainak tekinthetők. A potenciális klaszterek beazonosítása alapos és a gazdaság több vetületére kiterjedő vizsgálatot tesz szükségessé, melyben fontos szerepet játszanak a matematikai módszerekkel képezett mutatószámok, a statisztikai adatokra támaszkodó elemzések és a külföldi országokban megvalósított fejlesztési programok tapasztalatait összefoglaló kvalitatív esettanulmányok (Patik–Deák 2005). A best practice („legjobb gyakorlatok”) átvétele révén figyelhetünk fel olyan nehezen (vagy egyáltalán nem) definiálható kulcstényezőkre, melyek hozzájárulhatnak a térség vagy az adott iparág résztvevőinek versenyképessé tételéhez, illetve eredményességük fokozásához. Az általam részletesen vizsgált matematikai módszerek köre többnyire azonos az üzleti hálózatok és a klaszterek esetében, hiszen általában négy különböző forrásból juthatunk információkhoz: a primer adatgyűjtésre támaszkodó input-output táblákból, az egy klaszteren belül működő iparágak/gazdasági szereplők közti kapcsolatok feltérképezésére és ábrázolására szolgáló szemléltető eszközök, vagyis a gráfok elemzéséből, külföldi esettanulmányok, vizsgálati módszerek átvételéből, illetve lineáris programozási feladatok megoldásából. Ennek ellenére fontosnak tartom az üzleti hálózat és a klaszter fogalmának elhatárolását és a köztük fennálló leglényegesebb eltérések számbavételét, mert a legkisebb különbség is az egy adott vizsgálati módszeren belüli változtatást igényli.

* PhD-hallgató – Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar, Sopron.

2. A klaszterek és a hálózatok közti különbségek, valamint hatásuk a matematikai elemzésekre

A hálózatokon és a klasztereken belüli együttműködés több szempontból eltér egymástól. Elég, ha a tagok számára, a résztvevők körére, vagy a köztük kialakult kapcsolatok jellegére gondolunk. Ezek azonban nem eredményeznek jelentős változást az alkalmazott matematikai módszerek többségénél és a vizsgálatok során felírt mutatók kiszámításánál. A kivételt a gráfok képezik, amelyek a kapcsolati hálók elemeinek feltárását és képi megjelenítését teszik lehetővé, így éppen az imént felsorolt tényezőktől függ, hogy melyik típusát alkalmazhatjuk a gráfoknak a hálózatokra, és melyeket használhatjuk a klaszterek jellemzésére.

Az egyik leglényegesebb különbség a két együttműködési forma között a tagi összetételben és a kapcsolatok minőségében keresendő. A hálózatok mindig zárt rendszerként működnek, vagyis pontosan lehatárolható tagi bázissal rendelkeznek. Az egy értéklánc-rendszer mentén működő vállalatok építik fel, melyeket kooperáló felekként konkrét formális, szerződéses kapcsolatok kötnek össze egymással. Együttműködésük alapja egy belülről fakadó meggyőződés, miszerint a tevékenységük összekapcsolásával és térbeli koncentrációjával olyan előnyökhöz (költségelőnyök, agglomerációs- és lokalizációs előnyök) juthatnak, amelyek nagyobb hatékonyságot és versenyképességet eredményeznek számukra. Ezzel szemben a klasztereknél nem adható meg konkrét tagi létszám, mivel nagyon nehéz egyértelműen eldönteni egy szervezetről, hogy része-e az együttműködő felek körének, vagy sem, tesz-e a közös célok eléréseért, vagy csak élvezi a szinergikus hatások érvényesüléséből származó előnyöket, anélkül, hogy bármit is tenne a siker érdekében. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy a tagok nagy része nem áll semmilyen szerződéses kapcsolatban, a köztük létrejött szálak esetiek, ad hoc jellegűek, amik a gazdasági szereplők közti bizalomra épülnek. Az üzleti hálózatokban résztvevő vállalatokra a kooperatív magatartás jellemző, míg a klaszterekben egyszerre van jelen a verseny és az abból eredő rivalizálás, valamint az együttműködési készség. Fontos kiemelni azt a lényeges eltérést is, hogy a klaszterek, melyek gyakran az üzleti hálózatokból kialakulva, azok utódaiként működnek, nem csak a vállalatokat tömörítik, hanem egyéb kapcsolódó iparágakat, és támogató (nem üzleti) intézményeket (egyetemeket, kutatóintézeteket), valamint szakmai szervezeteket (kamarákat, vállalkozásfejlesztési ügynökségeket, technológia-transzfer szervezeteket stb.) (Lengyel 2002).

Az üzleti hálózatok és a klaszterek közötti legalapvetőbb és leglényegesebb különbségeket tartalmazza az 1. táblázat.

1. táblázat. A vállalati hálózatok és a klaszterek eltérő jellemzői

	Hálózatok	Klaszterek
Versenyelőny	Alacsony költséggel hozzáférés biztosítása a meglévő speciális szolgáltatásokhoz (inputokhoz)	A tagok által igényelt speciális inputok előállítóinak térségbe vonzása
Tagság	Meghatározott (zárt) tagság	Nyitott szerveződés
Együttműködés alapja	Szerződéses kapcsolatok	Társadalmi értékek (pl. bizalom)
Pozíció	Viszonylag stabil	Rugalmasan változik
Kapcsolat jellege	Együttműködésen alapul	Együttműködésen és rivalizáláson alapul
Kohézió	Közös üzleti célok	Kollektív vízió
Résztvevők	Vállalatok	Vállalatok, intézmények, szakmai szervezetek

Forrás: Rosenfeld (2001, 3. o.) alapján szerkesztette: Lengyel (2002, 119. o.)

Az üzleti hálózatok és a klaszterek fogalmi körének elhatárolása után részletesen foglalkozom az egyes matematikai vizsgálati lehetőségekkel, bemutatva azok alkalmazási területeit és az elemzésekhez felhasznált legfontosabb mutatószámokat, amik segítenek a hatékonysági kritériumok megfogalmazásában, a célként megjelölt és kitűzött eredmények objektív értékelésében azok megvalósulása esetén, valamint egy adott régió/térség, vagy éppen egy gazdasági súlya miatt kiemelt iparág fejlesztését célzó kormányzati program sikerességének vagy sikertelenségének megállapításában.

3. Az üzleti hálózatok és a klaszterek matematikai vizsgálati lehetőségei

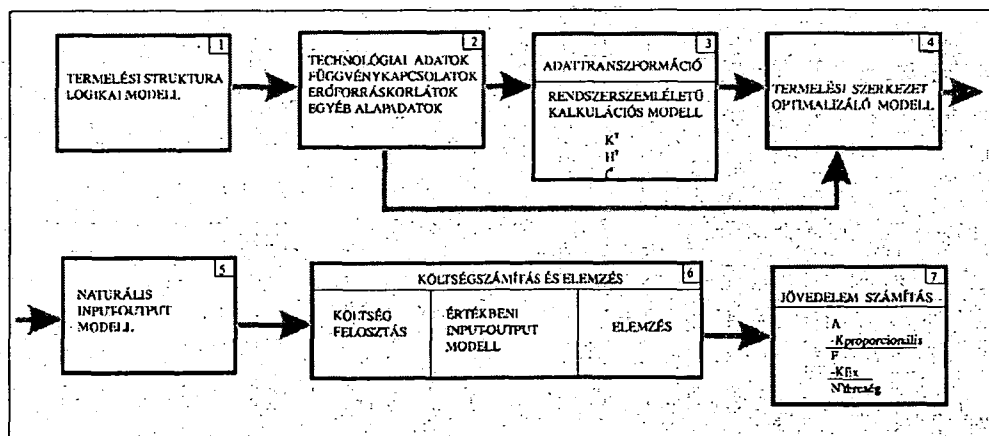
Az első matematikai eszköz, amit bemutatok, a primer adatgyűjtésre támaszkodó input-output rendszer, amely kiindulási alapot képez a gráfok felrajzolásához és további elemzési módszerek, például a lineáris programozási feladatok megfogalmazásához és megoldásához.

3.1. Az input-output táblák bemutatása

Az input-output modellek lehetőséget kínálnak a strukturális összefüggések leírására, vizsgálatára. A strukturális elemzések kiterjedhetnek a vállalatok termelési, technológiai kapcsolataira, valamint a termékek belső viszonyaira, de vállalati input-output modellekkel is többen foglalkoztak már. A teljesség igénye nélkül ipari területen dr. Szintay István, dr. Papp Ottó, Gábor Péter-Kóger Péter, míg mezőgazdasági területen dr. Kubas P. foglalkozott ezzel a témával.

A strukturális kapcsolatok alapján megkülönböztetünk közvetlen kapcsolatot, azaz két strukturális elem direkt, más elemek közbeiktatása nélküli kapcsolatát, valamint két strukturális elemnek más, a struktúrához tartozó elemeken keresztül, ún. közvetett kapcsolatát. Az input-output modellek mérlegszerű felépítésűek, ami azt jelenti, hogy a sorirányú mérlegegyenletek a felhasználást, vagyis az output oldalt, míg az oszlopirányú mérlegegyenletek a ráfordítást, azaz az input oldalt írják le. Az input-output modellek a főbb részek kvantifikálási mértékegysége alapján lehetnek természetes és értékbeli típusúak.

Az input-output modell általános összefüggésrendszerét az 1. ábra mutatja be.



1. ábra. Az input-output modellek kapcsolatai
(Forrás: Herdon 1995)

Az input-output tábla eredményeire támaszkodva újabb matematikai eszközt vonhatunk be az üzleti hálózatok és a klaszterek elemzésébe, a *gráfokat*. A gráfok segítségével nagyon szemléletes ábrákhoz juthatunk, melyekben a pontok az egy klaszteren belül összekapcsolódó iparágakat (és az azokban tevékenykedő gazdasági szereplőket) reprezentálják, a nyílak pedig a köztük lévő kapcsolatok irányát, jellegét és intenzitását is képesek szemléltetni. Összességében a döntéshozók felé sokkal könnyebben kommunikálható eredményeket kapunk, mint pusztán az input-output elemzéssel (Patik–Deák 2005).

3.2. Gráfok alkalmazása a hálózatok és a klaszterek vizsgálatában

A hálózat csomópontok és az azokat összekötő tengelyek, vonalak rendszere, melynek legfőbb célja, hogy növelje az egyedi szereplők tevékenységének eredményességét és hatékonyságát. A hálózatok legelterjedtebb modelljei, a gráfok szintén pontokból (csúcsok) és az azokat összekötő szakaszokból (élek) állnak, s attól függően, hogy a kapcsolatok kialakulása spontán módon történik-e, ábrázolhatók például *véletlen gráfokkal*, melyben adott számú résztvevő között esetleges módon alakulnak ki az ismeretségek. A természetben és a társadalomban előforduló hálózatok jelentős részében azonban ez nem így van. A hálózatok kapcsolatszámát elemző statisztika azt mutatta, hogy az egy csomópontból kiinduló kapcsolatok száma nem egy középérték körüli véletlen eloszlással jellemezhető, hanem hatványfüggvénynek felel meg. Barabási (2003) *skálafüggetlen hálózatoknak* nevezte el azokat a hálózatokat, amelyekre igaz, hogy az egy-egy csomópontból kiinduló kapcsolatok száma hatványeloszlást követ. Ezekben a hálózatokban a legtöbb pontnak csak kevés kapcsolata van, amelyet néhány, sok összeköttetéssel rendelkező középpont tart össze. Barabási (2003) azt is megmutatta, hogy két szabályban foglalható össze az az algoritmus, ami alapján skálafüggetlen hálózatok generálhatók. Az első szabály, hogy nem eleve adott a gráf csúcspontjainak száma, hanem folyton növekszik (vagyis inkább klaszterek vizsgálatára alkalmas az eszköz, nem üzleti hálózatok leírására, mivel az utóbbit zárt, adott tagsággal rendelkező rendszerként értelmeztük), a második szabály szerint pedig nem véletlenszerű a növekedés, vagyis nem véletlenszerűen jönnek létre az újabb kapcsolatok, hanem preferenciálisan. Egy csomópontnak a további kapcsolatok kialakítására vonatkozó esélye olyan arányban nő, amennyi kapcsolattal a csomópont már rendelkezik. A skálafüggetlen hálózatok tehát dinamikus hálózatok, ahol új és új csomópontok jelennek meg, és bekapcsolódási lehetőséget keresnek maguknak. Annak a lehetőségét sem zárjuk ki, hogy a már rendszerben lévő pontok között is kialakuljanak új kapcsolatok. Azok, akik korán részévé váltak a hálózatnak, nagyobb esélyt kapnak arra, hogy valamelyik később érkező hozzájuk csatlakozzon. A Metcalf-törvény kimondja, hogy egy csomópont értéke arányos a potenciális kapcsolatainak számával. Az újonnan érkezők általában azokat a csomópontokat választják, amelyek képesek voltak a potenciális kapcsolataikat ténylegessé tenni. Most már csak azt kell megmagyarázni, hogy miért nem mindenki ugyanazt a tagot választja? A válasz egyszerű. Az, hogy valaki hozzákapcsolódjon egy csomóponthoz, komoly költségekkel jár, ez pedig fékező erőként jelentkezik, és felértékeli a kevésbé terhelt csomópontokat. A forgalmas csomópontok más veszélyt is hordoznak. Míg a véletlen hálózatok (üzleti hálózatok) viszonylag kevés meghibásodás után eljutnak a kritikus ponthoz, ami után a hálózat szétesik, addig a skálafüggetlen hálózatok (klaszterek) a véletlenszerűen generált hibát igen sokáig elviselik, miközben a kieső elemek miatt a hálózat kisebb lesz, de működőképes marad. A skálafüggetlen hálózatok a nagy csomópontok kiesésére reagálnak érzékenyül (Fleischer 2006).

Miután megállapítottuk, hogy az üzleti hálózatokat véletlen gráfok, a klasztereket pedig skálafüggetlen hálózatok segítségével tudjuk felírni, felvetődik a kérdés, hogy az együtt-

működő felek és a köztük kialakult kapcsolatrendszer ábrázolásán, illetve grafikus megjelenítésén túl mire jók még a gráfok, milyen vizsgálatokat tesznek lehetővé az eredményesség megállapítása érdekében. A csomópontok és az élek számának egyszerű mennyiségi jellemzői fontos információkat szolgáltatnak az együttműködés minőségéről.

A gráfok segítségével felírható legfontosabb mutatószámok a következők:

- **hálózatsűrűség:** az éleknek a vizsgált területegységre vetített fajlagos értéke.
- **a hálózatok összekötöttsége:** a csomópontok közötti tényleges közvetlen (közbulső pontot nem érintő) kapcsolatainak száma / az elvileg lehetséges közvetlen kapcsolatok száma. (Itt tartom fontosnak megjegyezni, hogy n számú csomópont minimálisan $n - 1$ éllel fűzhető közös rendszerbe, míg ahhoz a szélsőséges esethez, hogy bármelyik csomópontból bármelyik másikba közvetlen kapcsolat vezessen, $n(n - 1)/2$ darab élre van szükség.)
- **Centralitás:** a hálózati csomópontok egyéni, egyedi tulajdonsága, mely a hálózaton belüli elemek eltérő szerepére hivatott rávilágítani. Egy adott csomópont, elem centralitásának mérőszámát megkapjuk, ha a tényleges és az elméletileg lehetséges kapcsolatainak számát elosztjuk egymással. (Az utóbbi n pont esetén $n - 1$ lesz.)
- **Centralizáltság:** a hálózat egészére vonatkozó jellemző. Azokat a hálózatokat tekintik erősen centralizáltak, ahol egy vagy néhány pont centralitási indexe kiugróan magas. A decentralizált hálózatok esetén a centralitási fok kiegyenlített. Az erősen centralizált hálózatokban hierarchikus viszonyok feltételezhetők (ELTE REF kiadványok 2005).

Végezetül szeretném röviden áttekinteni azokat a mutatószámokat, amelyekkel egy már működő klaszter eredményessége mérhetővé és ellenőrizhetővé válik, illetve amelyek segítenek egy régió/térség gazdasági szerkezetének feltérképezésében, a támogatásra érdemes húzóágazatok kiválasztásában és a potenciális klaszterek kijelölésében, mely területeken érdemes előmozdítani egy klaszteresedési folyamatot a vállalatok közti együttműködés megteremtésén keresztül, ha kell kormányzati támogatások bevonásával is (Deák 2002).

3.3. A hálózatok és a klaszterek jellemzése mutatószámokkal

A potenciális klasztereket többnyire két oldalról lehet megvilágítani: a foglalkoztatás és a tagi bázis alapján. A matematikai tudást nem nélkülöző, de egyszerű számítási módszereken nyugvó legfontosabb mutatószámokat a 2. táblázatban foglalom össze.

2. táblázat. Gazdasági hálózatok és klaszterek területi mérésének mutatói

Tényező	Mutató (mérészám)	Értelmezés
Ágazati koncentráció mértéke	<p>Az ágazat relatív koncentrációja: $LQ = (E_i/E_j)/(E_r/E_n)$, ahol E_i: az i iparágban foglalkoztatottak száma a j régióban E_j: az összes foglalkoztatott száma a j régióban E_{in}: az i iparágban foglalkoztatottak száma az egész országban E_n: az összes foglalkoztatott száma az egész országban Az ágazati relatív koncentráció %-os változása</p>	Adott ágazat relatív területi koncentrációját mutatja a nemzetgazdaságban. Ismerete szükséges a megfelelő klaszterorientált fejlesztési politika megalapozásához.
Klaszter-szerveződés	<p>A megalakult klaszter szervezetek száma (db) A klaszterszervezetek számának előző évi változása a régióban/térségben</p>	A megalakult klaszter szervezetek növelhetik egy térség versenyképességét.

Tényező	Mutató (mérészám)	Értelmezés
Klasztertagság	A klaszterhez csatlakozottak száma (külön a gazdasági és a nem gazdasági szervezetek) + a változása Vállalkozási LQ indexe (a vállalkozások relatív száma)	A klasztertagok által igénybe vett speciális szolgáltatások növelik a hatékonyságot.
Klaszter-foglalkoztatás	Foglalkoztatási LQ mutatója A klasztertagok által foglalkoztatottak száma, illetve annak %-os változása egy adott évben	A klasztertagok által foglalkoztatottak száma és annak változása jól mutatja az ágazati koncentráció súlyát.
A klaszter fejlődése	Klaszter-tagok árbevételeinek alakulása Az iparági hozzáadott érték (GDP) A tagok által bejegyeztetett szabadalmak száma Export LQ értéke: meghatározott termék teljes hazai exportbéli aránya – e terméknek meghatározott országcsoport kereskedelmében betöltött részesedése	Ezek a mutatók fontos szerepet játszanak például egy adott régió kereskedelmében tükröződő specializáció kimutatásában, vagy a tudás „túlsordulásának” mérésében.

Forrás: Váti Kht. valamint Patik–Deák 2005 alapján saját szerkesztés.

Irodalomjegyzék

- Barabási Albert-László (2003): Behálózva. A hálózatok új tudománya. Magyar Könyvklub. Budapest.
- Deák Szabolcs (2002): A klaszter-alapú gazdaságfejlesztés. Hetesi E. (szerk.): A közszolgáltatások marketingje és menedzsmentje. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei 2002. JATEPress. Szeged. 102–121.
- Fleischer Tamás (2006): Hálózatok, hálózati szintek és a hálózat által kiszolgált szintek megkülönböztetése – módszertani áttekintés egy új elemzési szempont érvényre juttatásához. Magyar Tudományos Akadémia Világgazdasági Kutatóintézet Műhelytanulmányok. 74. szám.
- Herdon Miklós (1995) Input-output modellek alkalmazása mezőgazdasági mikrogazdasági rendszerekben. Debreceni Agrártudományi Egyetem Tudományos Közleményei. 1995. pp. 405–421.
- Lengyel Imre (2002): A klaszterek alapvető jellemzői. www.eco.u-szeged.hu
- Patik Réka–Deák Szabolcs (2004): Potenciális klaszterek Csongrád megyében, és vizsgálatuk nehézségei. Fiatal regionalisták IV. országos konferenciája tanulmánykötet. Győr.
- Patik Réka–Deák Szabolcs (2005): Regionális klaszterek feltérképezése a gyakorlatban. Tér és Társadalom XIX. évf. 3–4. 139–170.
- Regionális elemzési módszerek 2005 ELTE Regionális Földrajzi Tanszék. Regionális Tudományi Tanulmányok. 11. kötet. http://geogr.elte.hu/REF/REF_Kiadvanyok
- Rosenfeld S. (2001): Backing into Clusters: Retrofitting Public Policies. Integration Pressures: Lessons from Around the World, John F. Kennedy School Symposium. Harvard University, March 29–30.
- VÁTI Kht. – Területfejlesztési Igazgatóság Elemző és Értékelő Iroda, 2003. A gazdasági térszerkezet vizsgálatát elősegítő új dimenziók illetve az ezzel kapcsolatos módszerek kutatása összefoglaló zárójelentés. Budapest. 2003. március.

MÓRICZ ÁDÁM:^{*} Az információs társadalom finn modellje

Abstract

A new estate of post-industrial societies is being continuously formed in many parts of the world, where creating, conveying, storing and processing information are the basis of almost all social and business interactions. However, a so-called information society could prove to be very different in distinguished countries due to a special social structure, customs, traditions, market conditions and identities of people. Beside Silicon Valley and Singapore, Finland may be handled as a model state of information society as its achievement of combining the new, information-based economy with the previously formed welfare state. In this paper I examine the system of the Finnish information society focusing on its structure and main components (i. e. the state, the adapting society and the information sector), which is followed by a summary of general spatial processes, challenges and regional policy answers as an impact of information society.

1. Bevezetés

A huszadik század utolsó három évtizedében egy új világrend kibontakozásának lehetünk szemtanúi és részesei. Ennek a világrendnek az információ és az emberi tudás jelenti az alapját, az ezredfordulóra pedig kijelenthetjük, hogy létrejött, és folyamatosan formálódik egy új típusú gazdaság és társadalom, amelyek az „információs” jelzővel jellemezhetőek.

A földrajz számára különösen fontos a területi sajátosságok és egyenlőtlenségek felderítése, valamint a vizsgált rendszer minőségi jellemzői és más területi adottságok közötti összefüggések keresése. Mivel a geográfia különböző diszciplínái eltérő nézőpontból értelmezik az információs forradalom és társadalom kibontakozásának hatásait és összefüggéseit, így komplex látásmódra van lehetőség a földrajzon belül (Jakobi 2007).

Tanulmányunk fő témáját az információs társadalom finn modelljének bemutatása jelenti. Ennek oka, hogy Finnország olyan modell államnak tekinthető, amely az informacionizmus sajátos útját járta be. Ez az út egyszerre jelenti az információs fejlődés egy lehetséges európai alternatíváját, ugyanakkor egy világ szinten is versenyképes, információs technológiák fejlesztése és társadalmi alkalmazása terén éllovas ország sikertörténetét is (Pintér 2006).

Vizsgálataim során arra kerestem a választ, hogy mi a finn modell lényege, melyek a finn információs fejlődési út tényezői és térbeli sajátosságai, valamint mennyire képes az információs forradalom a térfolyamatokat befolyásolni.

2. Az információs társadalom modellszerű megközelítése

Az információs társadalmi rendszerek egyik legtöbbet hivatkozott kutatója, Manuel Castells részletesen foglalkozik az információs forradalom hatására kialakuló új társadalmi rendszerrel. A napjainkban formálódó posztindusztriális társadalom az információs fejlődés aspektusából megközelítve információs társadalomnak is nevezhető. Az információs

^{*} PhD-hallgató – Szegedi Tudományegyetem Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

technológiák társadalmi adaptációja azonban egy folyamat, ami különböző bázisinnovációk (pl. új kommunikációs eszközök, számítástechnikai rendszerek stb.) állandó megjelenésével sosem tekinthető befejezettnek. Éppen ezért több szakirodalom szerint az információs társadalom sokkal inkább egy el nem érhető jövőképek tekinthető (Castells 2005).

A világ különböző pontjain megszülető információs technológiai innovációk, és a kialakuló információs társadalom mindig a helyi sajátosságokat tükrözik. Ennek területi értelmezése nem elválasztható a hagyományos társadalmi rendszerektől, az adaptáció mindig ezeken keresztül történik. Az információs technológiákat és tudást magas szinten alkalmazó társadalmak több közös vonással is bírnak (pl. kiterjedt információs gazdaság és tudás-generálás, mikroelektronikára épülő technológiák használata, globális hálózatokhoz kapcsolódó szervezeti formák), de mindez egy sajátos történelmi háttérű, egyedi kultúrájú és intézményrendszerű környezetben jön létre, ami így egy sajátos fejlődési utat eredményez. Ez akkor is így történik, ha egy nemzetközi összehasonlításban hasonló fokú is az információs társadalom kiépültsége más országokéhoz képest (Castells–Himanen 2002).

Éppen ezért hiba az ún. szilícium-völgyi információs társadalmi modellt számon kérni a világ más területein (Castells 2005). Castells, M. más publikációiban nagy figyelmet szentel pl. az ún. szingapúri és finn modelleknek is. Meghatározás szerint ugyanis a szingapúri modell egy autoriter, államilag vezérelt információs társadalmat jelent, míg a finnek egy nyitott, a társadalom széles rétegeit integráló, és a jóléti rendszerekhez szorosan kapcsolódó információs társadalmat építettek ki (Pintér 2006).

3. Finnország és az informacionalizmus

3.1 A finn modell értelmezése

Finnország azért jelenti az informacionalizmus egyik sarkalatos példáját, mivel a világ egyik legversenyképesebb gazdasága, ahol az információs technológiák nagymértékben elterjedtek, a Szilícium-völgytől eltérően azonban sikerült kiépíteni, és megőrizni a jóléti állam elemeit, amelyek szervesen kapcsolódnak az információs társadalom hatékony működéséhez (Nurmela et al. 2003). Sok posztindusztriális társadalmat építő országhoz hasonlóan Finnország is erős szálakkal kötődik a világgazdasághoz és nemzetközi hálózatokhoz, viszont a globális szintre történő fellépés nem került szembe az ország sajátos kultúrájának és a finn emberek identitásának megőrzésével. Sőt, éppen az legitimálja a finn információs fejlődést, hogy az a finnek mindennapi igényeinek kielégítését és az általuk fontosnak tartott jóléti társadalom megerősítését szolgálja. A finn kormány tevékenységének és a gyakorlatban megvalósított információs társadalmi stratégiának is meghatározó eleme volt, hogy az informacionalizmus elfogadható legyen, vagyis a társadalmi igényekre építkezzen, és tükrözze az emberek identitását (Pintér 2006).

A Castells, M. által megalkotott modell egyik legfontosabb összetevője a finn információs klaszter, vagyis azon hálózati vállalkozások, cégek csoportja, amelyek az információs technológiák, telekommunikáció, távközlés, hardvergyártás stb. terén érdekeltek, és egymással is szoros kapcsolatban állnak. Ennek a magját a Nokia adja, de rajta kívül még 300 beszállító és 3000 egyéb cég is tagja ennek a klaszternek (pl. Benefon, Elcoteq, Sanoma, Sonera). Az általuk képviselt szektor fellendülése jelentett kiutat Finnország 1990 és 1993 között elhúzódó gazdasági válságából, hiszen az exportot tekintve a legdinamikusabb és legversenyképesebb ágazatról van szó (Anttiroiko 1999, Castells–Himanen 2002).

A finn információs szektor tehát egy viszonylag friss képződmény, viszont társadalmi elfogadottsága széleskörű, ami mögött az áll, hogy a társadalom legkülönbözőbb szereplői-

tól érkeztek azok az innovációk, amelyek a finn információs gazdaságot kiépítették. A castelli modellnek tehát szerves része a finn nemzeti innovációs rendszer, amely irányításával különösen az oktatás, a pénzügyi élet és vállalati gazdálkodás, valamint maga az innovációs kultúra terén érték el változást.

Ez az innovációs rendszer alapvetően három forrásra támaszkodik: az állam által megvalósított aktív oktatási politikára és technológia-orientált gazdaságfejlesztésre, a vállalatok részéről alkalmazott üzleti innovációra, valamint a társadalom önálló, tehetséges és vállalkozó szellemű tagjai, a *hackerek* fellépésére (Pintér 2006).

A finn állam tudatos fellépése az információs szektor fejlesztése terén alapvető fontossággal bírt már az 1960-as évektől. Első lépésként az egyetemi képzés kiszélesítésével, megerősítésével, valamint – a jóléti állam részeként – ingyenessé alakításával egy stabil alapkutatási és szakemberképző háttért sikerült létrehozni. 1986-tól a kormány információs stratégiai fellépését és az információs szektor jóformán összes szereplőjének (pl. a finn akadémia, egyetemek, cégek) együttműködését a Tudomány- és Technológiapolitikai Tanács hivatott koordinálni (Anttiroiko 1999). Az állam a fontos intézkedések részeként folyamatosan emelte a GDP-arányos K + F-ráfordítások mértékét. 3% feletti értékével Finnország jelenleg vezető K + F nagyhatalom (Castells–Himanen 2002).

A sajátos és rendkívül produktív finn innovációs kultúra szintén fontos eleme az ún. *hackeretika*. Ennek keretében azokról a társadalom felől érkező kezdeményezésekről és egyéni innovációkról van szó, amelyek nem az anyagi siker reményében, hanem sokkal inkább a közösség érdekében és a hackerek saját tehetségének kibontakoztatása végett születtek meg. A legnagyobb sikert Linus Torvalds nyitott alapú, közösségi operációs rendszere, a Linux érte el. A hackerek többsége manapság különböző, informatikában érdekelt vállalatok meghatározó szakembere, akik munkássága döntően befolyásolta az információs technológiák fejlődését. Ez bizonyítja, hogy Finnország nem pusztán a Nokia nemzetközi kapcsolatai révén kötődik a világ információs hálózataihoz (Pintér 2006).

A hagyományos, a szilícium-völgyi modellnek megfelelő gondolkodás szerint az információs gazdaság kibontakozásával eluralkodó, globális hálózatokon keresztül megvalósuló verseny alapvetően lehetetlenné teszi a verseny szempontjából „kevésbé értékes” emberek érvényesülését, ilyen módon információs jóléti állam nem jöhet létre. Finnországban viszont éppen e kombináció életképességének lehetünk szemtanúi, ahol az információs fejlődés más úttörő országaihoz képest sokkal kisebb a társadalmi egyenlőtlenség mértéke. A jóléti állam itt hatékonyan működik, ami a finnek társadalmi értékrendjében fontos helyet foglal el (Nurmela et al. 2003).

Felmerülhet ugyanakkor a kérdés, hogy a jóléti rendszer ma létező elemei csak a korábbi évtizedek „emlékei” vajon, és a jövőben az informacionalizmus hatására el fognak-e tűnni. Ezt viszont tagadják a tények, miszerint a jóléti intézményrendszer túlélte az 1990–1993-as válságot, a finnek általánosan elfogadják a magas adókat, és az, hogy a fejlődő információs szektort számos területen sikerült a társadalmi jólétet biztosító intézmények szolgáltatába állítani, ezzel erősítve az emberek bizalmát az információs szektor és annak termékei iránt. Ezt az állapotot Finnországnak azért sikerül fenntartani, mert a jóléti rendszer anyagi bázisa rendelkezésre áll, vagyis az állandó szintű adók mellett folyamatos az információs szektor termelékenységének növekedése. Ezért szolgálja az információs szektor fejlesztése a jóléti állam fennmaradását. Az oktatás, az egészségügy és a szociális intézményrendszer pedig szakképzett, egészséges és nyitott szellemű munkaerőt biztosít az információs technológiában érdekelt vállalkozásoknak, a pozitív hatás így kölcsönös (Castells–Himanen 2002). A jóléti rendszer fennmaradása szempontjából a jelenlegi gazdasági világválság jelent újabb globális kihívást, mert ez próbára teszi a Nokiára és beszállítóira jellemző vállalati rugalmasságot, vagyis a jóléti rendszer anyagi stabilitását.

Az információs technológiák konkrét adaptációjára számos példa kínálkozik az egészségügy (pl. idősgondozás, otthoni betegellátás 24 órás megfigyeléssel) és az oktatás (pl. Virtuális Iskola-, Virtuális Egyetem-program, információs műveltség fejlesztése) terén, amit az érintett minisztériumok stratégiai programok keretében fogalmaznak meg. Castells hasonlóan fontos szerepet tulajdonít az ún. *szociális hackerkedésnek*, vagyis a jóléti rendszert erősítő társadalmi kezdeményezéseknek, amelyek a kormánystratégiák, illetve gazdasági érdekek által nem érintett területeken bontakoztak ki. Mindez a jóléti rendszer és az információs szektor közötti hálózatosodás bizonyítéka, hiszen az előbbi képes volt átvenni a hackeretika egyes elemeit (Castells – Himanen 2002).

3.2 Területi kihívások és regionális politika Finnországban

Castells és Himanen külön vizsgálta azon térfolyamatokat, amelyek a gazdaság átalakulásával és a társadalom hálózattá válásával átalakították Finnország térszerkezetét. A posztindusztriális korszakba lépett észak-európai ország ugyanis olyan új tendenciákkal, területi konfliktusokkal néz szembe, amelyeket a közigazgatás és területfejlesztés különböző szintjein igyekeznek kezelni.

A finnországi regionális különbségek természetesen sokrétűek. A meghatározó politikai, gazdasági, innovációs és a globális hálózatokhoz való kapcsolódásra erős koncentráció jellemző. Ez jól nyomon követhető az internetes domain nevek és szerverek területi eloszlásán. Ez az egyes területek részesedését mutatja az aktív Internet-felhasználók és internetes tartalomszolgáltatók tekintetében, vagyis a domain név regisztrációk magasabb száma erősebb információs aktivitást jelent helyi szinten. Nagy-Helsinki ezek 56%-át koncentrálnak. Kiemelkedik még Oulu, Lappeenranta, Tampere is, amelyek mind olyan helyek, ahol a tudatos finn regionális politika eredményeképp jöttek létre erőteljesen műszaki-informatikai profilú egyetemek (Castells–Himanen 2002).

A munkahelyek térbeli koncentrációja is hasonló képet mutat. A munkahelyek közül is azonban az információs szektorhoz kapcsolódó munkahelyek összpontosulnak a legkisebb helyen. Mindössze 6 szubregionális területi egység (NUTS 3) haladja meg az országos átlagot (9,5%), ha az információs szektor munkahelyeinek arányát az összes munkahelyhez mérten vizsgáljuk. Ezek Salo, Oulo, Helsinki, Tampere, Jyväskylä, Forssa. Oulu, Tampere, Jyväskylä és a Helsinki-Turku várostengely esetében ez az arány továbbra is növekvő tendenciát mutat (Niemi 2004).

Az ország térszerkezet tehát erős koncentráció jellemzi. Ez általános társadalmi és gazdasági mutatók segítségével is nyomon követhető. Ilyen pl. a népesség erős területi koncentrációja. A mintegy 5 200 000 fős népesség 26,6%-a a főváros, Helsinki körüli Uusimaa régióban tömörül. A Nagy-Helsinkinek is nevezett településegység (Helsinki–Espoo–Vantaa) a castellsi információs városmodell egyik élő példája, hiszen itt kialakulni látszik az a több magvú városmodell, ahol a népességen túl az innováció forrásai (pl. egyetemek) és az információs gazdaság meghatározó képviselői (pl. a Nokia és beszállítói) is koncentráltan vannak jelen. A dél-finnországi régió további versenyképes és önmagában is jelentős népességgel és innovációs kapacitással rendelkező városokat rejt, pl. Turku és Tampere, amelyek jó közlekedési infrastruktúrával, illetve szoros gazdasági kapcsolatokkal kötődnek a fővároshoz. Kisebb népességkoncentráció figyelhető meg még a távolabbi országrészekben Jyväskylä, Oulu és Lahti környékén is, amelyek a finn városhálózat önálló csomópontjait jelentik. E térségekben többnyire pozitív népességszám-változás (pl. vándorlási nyereség) figyelhető meg, ami az információs társadalom fejlettségéből fakadó magasabb népességvonzó erőt mutatja. A köztes, rurális fekvésű területekre viszont elöregedés, elvándorlás jellemző (pl. Lappföld, Észak-Karélia) (Niemi 2004).

A népességkoncentrációval együtt jár a jövedelmek koncentrációja és a magas gazdasági aktivitás, ami Helsinki környékén intenzívebb, és dinamikusabban növekszik, mint a szintén jó ütemben fejlődő Turku és Tampere esetében (Castells–Himanen 2002). Finnország azon részei, ahol a helyi egy főre jutó GDP meghaladja az országos átlagot, a metropolisz-térségek centrumai, vagyis a nagyvárosok.

A jelenleg is aktuális területi kihívások közé kell sorolni tehát az információs társadalmi erőforrások kiemelkedő térbeli koncentrációját, amely kiemel bizonyos regionális fejlesztési és innovációs központokat. Ezek között bizonyos rivalizálás is megfigyelhető, amelyre jó példa az egymáshoz közel fekvő Helsinki, Tampere és Turku városok. Az elzártabb, periférikus területeket viszont kedvezőtlen demográfiai és gazdasági folyamatok jellemzik, hiszen a helyi kisközösségek kevés erőforrás híján nehezen kapcsolódnak az országos és globális hálózatokhoz, emiatt egyre jobban marginalizálódnak. Lényeges megállapítani tehát, hogy az információs társadalom térbelisége és az ehhez kapcsolódó általános gazdasági és társadalmi folyamatok térbelisége között erős összhang mutatkozik.

E területi folyamatok és kihívások a területfejlesztés több szintjén is éreztetik hatásukat. A probléma jellegéből adódóan történhet beavatkozás országos-regionális és helyi szinten. Az országos szintű területfejlesztési stratégiák már az 1960-as évektől célul tűzték ki a periférikus területek felzárkóztatását, és népességmegtartó-képességük erősítését. A legfontosabb és leglátványosabb lépés a nagy egyetemalapítási hullám volt. Nem elhanyagolható volt emellett az ún. technológia parkok létrehozása több városban is a helyi önkormányzatokkal együttműködve. Ez a politika viszont csak akkor bizonyult hatékonynak, ha olyan vállalkozások telepedtek meg, amelyek a helyi egyetemmel és vállalatokkal szoros kooperációban voltak. A nemzeti stratégiák ugyanakkor ma már kevésbé fogalmaznak meg direkt, a társadalmi-gazdasági folyamatokba tudatosan beavatkozó jellegű fellépést. A finn regionális politika az önszerveződést segíti elő, vagyis a köz- és magánszféra azon szereplőit támogatja, akik saját vállalkozó tevékenységükön, kezdeményezéseiken keresztül járulnak hozzá a nemzeti prioritások megvalósulásához (Castells–Himanen 2002).

A helyi önkormányzatok három különböző vonalon is próbálnak reagálni az új kor kihívásaira. Egyrészt élnek a hálózati társadalom adta lehetőségekkel, vagyis kooperatív kapcsolatokra törekednek, hogy erőforrásaikat másokkal közösen meg tudják osztani. Másrészt igénybe veszik az EU strukturális támogatásait, és azon programokat, amelyek az önkormányzatoknak segítenek a technológiafejlesztés és versenyképesség terén. Harmadrészt saját információs stratégiát is megfogalmaznak, hogy az országos trendeket és elvárásokat lokális szinten tudják értelmezni, és annak olyan szint adjanak, ami a helyi lakosok számára elfogadható (Anttiroiko 1999). Lényegesek még ugyanakkor olyan lokális, jórészt civil kezdeményezések, amelyek helyi szinten próbálnak elérni magasabb információs társadalmi aktivitást, erősíteni a hálózati kapcsolatokat és az adaptációs folyamatot felgyorsítani (pl. eTampere, PARADDIS-program).

4. Összegzés

A finn modell a globalizáció folyamatába jól illeszkedő, mégis sajátosan európai változatát jelenti egy lehetséges információs társadalomnak. Finnországban egyedi módon sikerült harmóniát teremteni a szociális szempontokat alapvetően kizáró, piaci elvek szerint működő információs szektor és a társadalmi jólétet biztosító intézményrendszer között. Az új technológiák állam által is elősegített gyors társadalmi adaptációjával pedig sikerült széles támogatói réteget szerezni a high-tech innovációra épülő fejlesztéseknek.

E társadalmi modell hasznos tanulságokkal szolgálhat más országok, így pl. hazánk számára is, ahol az infrastrukturális fejlettség elégséges ahhoz, hogy a finn példa bizonyos elemeit átvegyék. A szociális szektor integrálása, a távmunka-lehetőségek kiszélesítése, illetve a hálózati struktúra erősítése a civil szféra aktivizálásán keresztül mind adaptálásra érdemesek.

Irodalomjegyzék

- Anttiroiko* (1999): Making Sense of Information Society. A Critical Review of IS Strategies at National, Regional and Local Levels in Finland. Tampere, University of Tampere.
- Castells* (2005): A hálózati társadalom kialakulása (Az információ kora I.). Az információs társadalom klasszikusai. Budapest, Gondolat-Infónia.
- Castells–Himanen* (2002): The Information Society and the Welfare State. The Finnish Model. New York, Oxford University Press,
- Jakobi* (2007): Az információs társadalom térbelisége. Budapest, ELTE Regionális Tudományi Tanszék.
- Niemi* (szerk.) (2004): On the Road to the Finnish Information Society IV. Helsinki, Statistics Finland.
- Nurmela et al.* (2003): The Evolution of the Informtaion Society – How Information Society Skills and Attitudes Have Changed in Finland in 1996–2002? Helsinki, Statistics Finland.
- Pintér* (2006): A finn csoda titka. Információs Társadalom, VI. évf. 3. sz. p. 152–164.

NAGY CSABA:^{*}

A nyugat-romániai autóipar – a „globális szállító”

Abstract

The cornerstone of the economy of the West-Romanian counties (Timis, Arad, Hunedoara and Caras-Severin) is the automotive industry. The automotive industry's nature is characterized by constant change, novelty, work on the network (clusters) and the consolidation of the component segments: from supplier to consumer. The huge competition manifested in the world's economy leads to constant fluctuations in the size of relevant businesses, production and staffing levels, costs and income. This phenomenon works like a chain-reaction, affecting other industries, with unpredictable effects. From this results the importance of this industry, prone to migration. Economic crisis strongly influences the automotive industry, but nevertheless, its proportion remains significant in the West-Romanian economy. Its products travel round the world, so it is often referred to as "global supplier".

1. Bevezetés

A jelen kutatás a Nyugat-Romániai autóipar sajátosságait, gondjait és jövőjét tűzte ki elemzése céljául. A kutatás témái közé tartoznak: a nyugat-romániai autóipar gazdasági sajátosságai, a befolyásoló tényezőinek elemzése, a vállalkozások adaptációja a globális autóiparba, a támogató struktúrák és szolgáltatások azonosítása.

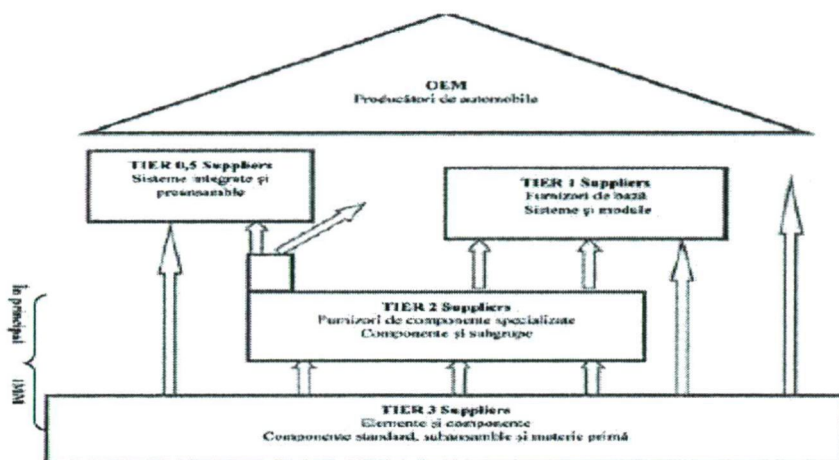
A kutatás az autóipar keretén belül vizsgálja, úgy a személy- és teherszállító autókat gyártó vállalkozásokat, mint ezeknek a komponenseit vagy alkatrészeit gyártó egységeket, beleértve, úgy a román mind a külföldi cégeket.

Az autóipar több kategóriát foglal magába:

1. Az autóipar nagy termelői az *eredeti alkatrész gyártók (OEM)*. Ide tartoznak: General Motors Corp., Ford Motors Co., Daimler Krysler AG, Toyota Motors Corp., Volkswagen AG, Honda Motor Co., Renault-Nissan PSA, stb. Ezek a cégek foglalják el az Európai, Amerikai és Japán piac jelentős részét és a világ autótermelésének kb. 80%-át adják.
2. A második csoportba tartoznak a *moduláris rendszerek gyártói (TIER 1)*. Az ide tartozó vállalkozásoknak is nagyon fontos szerepük van mert termékeiket szerződés alapján, egyenesen az autógyártó vállalatoknak szállítják. Idetartoznak: Continental AG, Robert Bosch GMBH, Delphi Corporation, Johnson Controls, Michelin Group, Lisa Draxelmair, Valeo, BOS Automotive, Valvatek, Sumitomo Electric Industries LTD, TRW Automotive, Leoni stb.
3. A harmadik csoport az *egydi komponenseket gyártó cégeket* tartalmazza (*TIER 2*). Itt lehet felsorolni a Coficab és a Contitech cégeket.
4. A negyedik csoport felöleli a *különböző elemeket és kis alcsoportokat gyártó egységeket (TIER 3)*. Ide többnyire hazai és túlnyomóan kisvállalkozások tartoznak és termékeiket az OEM és a TIER 1 termékeiben fedezzük fel. Ebbe a csoportba sorolható: Spumotim, Nefer Prod, Interpart stb.

^{*} PhD-hallgató, egyetemi adjunktus – Mihai Eminescu Egyetem, Temesvár.

Az 1. ábra az autóipar szállítóinak a hálózatát tartalmazza:



1. ábra. Az autóipar szállítóinak a hálózata (Forrás: ADR Vest, www.adrvest.ro)

A TIER 1 és a TIER 2 csoportba tartozó cégeknek jelentős szerepük van a gépkocsi tervezésében és összeszerelésében, ezért ezek a vállalatok az OEM csoporthoz tartozó cégek közelében próbálnak elhelyezkedni, hogy csökkentsék a szállítással kapcsolatos időt és költségeket. Ez a gazdasági fejlődési modell kedvező feltételeket teremt a kluszterek kialakításának és szolid partneriátusok fejlődésének.

Az idetartozó vállalkozások mobilitásának fontosabb tényezői:

- Az autógyártó (OEM) cégek közelségének szükségessége. Egy autógyártó cégnek a közelsége több komponens gyártó cégnek a megjelenését vonja maga után.
- A versenyképesség növelését célzó konkurencia több erőfeszítést igényel a vállalatok részéről, kezdve az innovatív termelési folyamatoktól, egészen a teljesen automatizált termelésig.
- Az olcsó humán erőforrás egy másik tényező, amely befolyásolja a települési döntést.
- A magas szintű technikai felkészültség egy másik vonzó tényező, itt sok esetben az egyetemekkel kialakult partneriátusoknak is jelentős szerep jut.
- Megfelelő szállítási infrastruktúra is sokszor egy fontos tényező.
- Fejlett települési site-ok (ipari parkok) megfelelő létesítményekkel.

2. Az autóipar az Európai Unió szintjén

Az iparpolitikát az EU úgy értékeli mint a Lisszaboni Stratégia egyik alappillérét. Az Európai Bizottság kezdeményei ezen a téren többnyire az európai cégek versenyképességének a növelését és konszolidálását célozzák különböző intézkedésekkel ezen a téren.

Az európai piac szabályozása az EB (Európai Bizottság) *Integrált Autó Jóváhagyó Rendszere* (The EC Whole Vehicle-Type Approval-System) alapján történik, amely megengedi egy tagállamnak, hogy miután a jóváhagyást megkapja, szabadon forgalmazza az illető kategóriába tartozó autókat bármilyen tesztelés nélkül.

Ugyancsak az EU szintjén érvényes a CARS 21, amely az Európai Bizottság kezdeményezése egy versenyképes keret biztosítása érdekében az autóiparban. Az EU autóiparának nagyon fontos szerepe van az EU versenyképességében. Több mint 12 millió alkalmazott

dolgozik az EU autóiparában. Ebben az iparban jelentős szerepe van a kutatásnak és az innovációnak, amely több mint évi 20 milliárd euró befektetést igényel. Az EU autóipara évi 780 milliárd árbevételt és 140 milliárd euró hozzáadott értéket eredményez jelentősen hozzájárulva az EU GDP-jéhez. Világszinten az EU a legnagyobb motorosjármű-gyártó és több mint 18 millió járművel, ami a világtermelésnek kb. egy harmada.

A kluszterek egy sikeres receptnek bizonyultak az autóiparban is az EU területén, fontosabb kluszterek: *BELCAR* hálózat (*Bench Learning in Cluster management for the Automotive sector in European Regions*), *TCAS* (*Transnational Clustering in the Automotive Sector*).

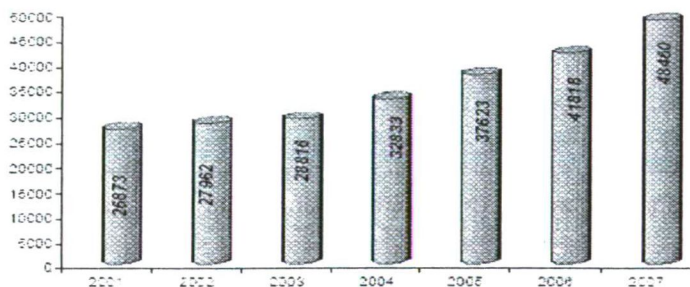
3. A romániai autóipar

Romániában, ahol már 1989 előtt is létezett egy eléggé fejlett autóipar, az utóbbi két évtized alatt az autóipar hatalmas fejlődésen ment keresztül, növekedési üteme megelőzve más iparágak növekedési ütemét. A Romániában működő cégek többnyire fém, műanyag vagy gumi autóalkatrészeket gyártanak. A két létező autógyár (Renault és Ford) több alkatrészgyártó szállítónak biztosít munkát, a többi vállalat pedig más nagyvállalatoknak a szállítója. A romániai autóipar is kluszter típusú ipar, amelyre jellemző a hálózati munka, a gyártó követelményeinek betartása megkéri a cégek közötti együttműködést. A kisvállalatok mellett jelen vannak a legfontosabb multinacionális cégek is, mint például: *Continental*, *SNR*, *Dura Automotive*, *Delphi*, *Lisa Drexmaier*, *INA Schaeffler*, *Timken*, *Koyo*, *Sumitomo*, *Yazaki*, *Leoni*, *Lear*, *Takata Petri*, *Faurecia*, stb. Az *ARIS* (a Romániai Külföldi Befektetések Ügynöksége) jelentése szerint 2007-ben 42 autóalkatrész-gyártó cég létezett, ezek többsége külföldi vállalkozás. A romániai autóipar árbevételének a felét három megye adja: Temes, Arad és Arges.

4. A nyugat-romániai autóipar

A 4 nyugat-romániai megye: Temes, Arad, Hunyad és Krassó-Szörény felülete 32 034 km², ami Románia 13,4%-ának felel meg, lakossága, pedig 1 924 442 lakos, ami a Románia lakosságának a 8,93%-át képezi. A lakosság túlnyomó többsége Temes megyében van, ezt követi Hunyad, Arad és Krassó-szörény megye. A megye székhelyek lakossága: Temesvár – 307 347 lakos, Arad – 167 238 lakos, Resica 84 678 lakos és Déva 67 508 lakos.

Gazdasági szempontból a régió növekedési üteme nagyobb az országos átlagnál. Nyugat-Románia gazdaságában 48 460 vállalat működik az ipar, az építészet és a szolgáltatások területén, ami a román vállalatok 9,5%-át képezi.

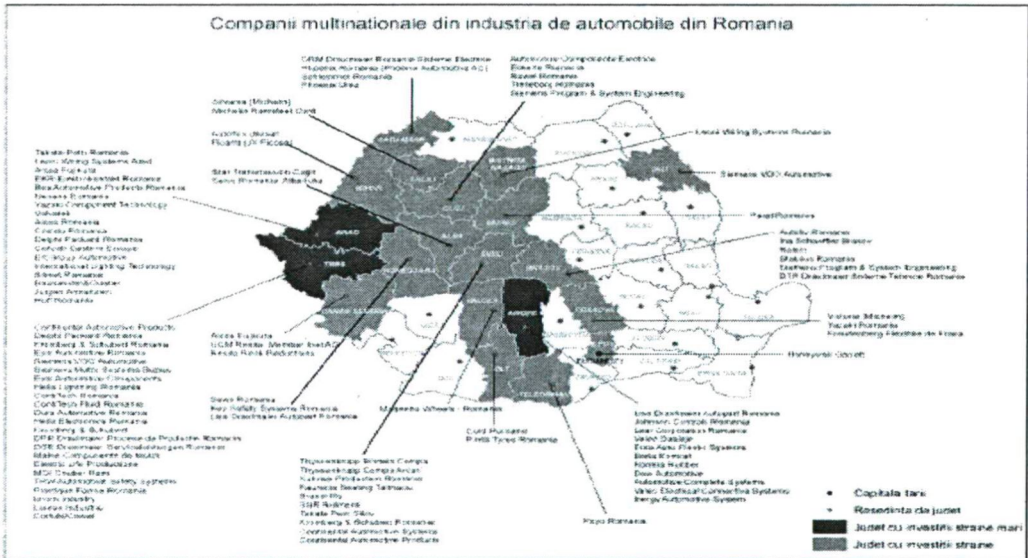


2. ábra. Az aktív vállalatok evolúciója a Nyugat-Románia területén
(Forrás: ADR Vest, www.adrvest.ro)

A Nyugat-Románia autópárának a fejlődése kétféleképpen történt, részben a helyi vállalatok szakosodása, részben külföldi befektetések nyomán történt. A régió autópárában, a termékeik alapján 156 cég található, a vonzó pólusok pedig Temesvár és Arad.

A német befektetők többnyire Temesvárt választották, itt található: *Continental Automotive Products*, *ContiTech*, *Kromberg&Schubert*, *Lisa Draxelmaier*, *Siemens Automotive*. Ezek a cégek termékei között megtalálhatók: az autógumik, szíjak, kábelek, elektromos alkatrészek stb. Az amerikaiak a *Dura Automotive* céggel vannak jelen Temesváron, amely irányítási rendszereket gyárt, a *TRW*-vel, amely kormánykerekeket gyárt és ugyancsak kormánykerekeket gyárt az *EYBL International AG* osztrák cég is.

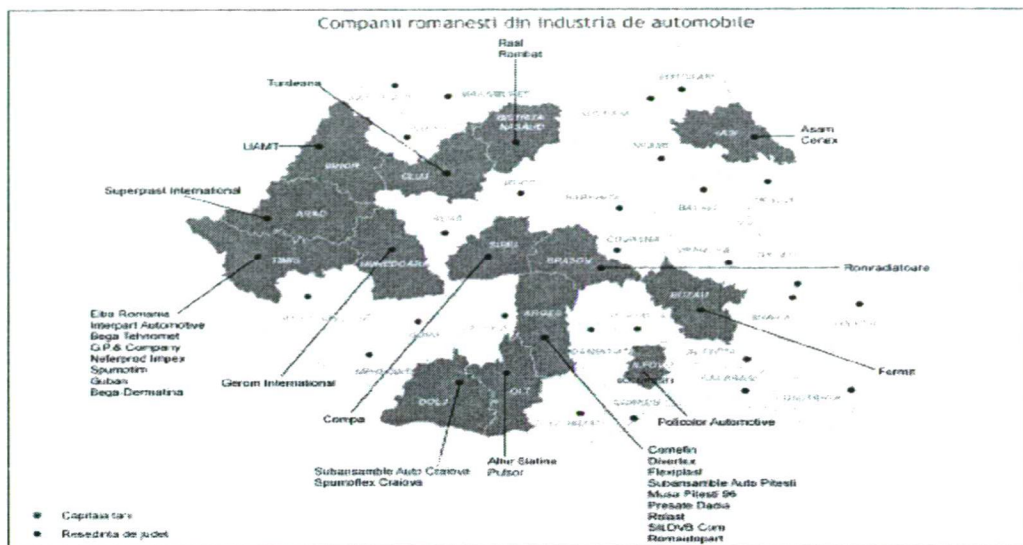
Aradon jelen vannak a németek a *Baumeister&Oustler*-rel, amely műanyag és alumínium alkatrészeket gyárt, a portugálos a *Coindu*-val, amely autóhuzatokat gyárt, a japánok a *Takata Corporation*-nal, amely kormánykerekeket és airbag-eket gyárt, valamint a *Yazaki Corporation*-nal amely kábeleket és elektromos alkatrészeket gyárt. Ugyancsak Aradon van a *Coficab* Tunisziából, amely kábeleket gyárt, ugyancsak kábeleket gyárt a *Leoni Wiring System* is, de jelen van a *Huf* cég is, amely mechanikus és elektromos záró rendszereket gyárt.



3. ábra. A nyugat-romániai multinacionális autópári cégek (Forrás: www.adrvest.ro)

A Nyugat-Romániai autópár nem csak egy pár tucat céget jelent, hanem több száz ezer-millió alkatrészt amit ebben a régióban termelnek.

Az utóbbi időben ezek a vállalatok egy szerkezetátalakítási folyamaton mennek keresztül, amelyet a költségek csökkentése jellemez és a fejlődő piacok felé való irányulásban jelenik meg, ahol alacsonyabb költségekkel működhetnek. Ebben az iparban is észleltetők az egyesülések és a felvásárlások, amelyek szükségesek a szerkezetátalakításhoz és az új piacok meghódításához.



4. ábra. A nyugat-romániai román vállalatok az autópárhazban (Forrás: www.adrvest.ro)

5. Következtetések

A Nyugat-Romániai autópárhaz vállalatainak túlnyomó többsége a multinacionális nagyvállalatok kategóriájába tartozik (több mint 250 alkalmazott, 50 millió eurónál nagyobb árbevétellel). Jellemző ezekre a cégekre, hogy miután letelepedtek egy lokációban, a tevékenység elkezdése után új termelési egységeket nyitottak Nyugat-Romániában vagy más régióban. Az autópárhaz termékei többnyire exportálják hírneves európai, ázsiai vagy amerikai cégeknek. Ugyanakkor egyre több román vállalkozás is csatlakozik ezekhez a csoportokhoz. Jellegzetessége az iparnak a klusztter munka, amit különböző állami vagy magán intézmények is támogatnak. A gazdasági recesszió ellenére az autópárhaz marad a nyugat-romániai gazdaság alapköve és a „globális szállító”, amelynek termékei áthidalják az egész világot.

Irodalomjegyzék

- Central Europe Trust Company (2007): Automotive Parts Manufacturing in Romania.
- Ernst & Young (2007): The Central and Eastern European Automotive Market. Industry Overview, November 2007.
- i.con.innovation GmbH (2006): Support to Supply Chain Development in the Automotive Sector West Romania, Working paper – Draft.
- KPMG (2008): The Automotive Industry in Central and Eastern Europe.
- PricewaterhouseCoopers (2007): Eastern Influx. Automotive manufacturing in Central and Eastern Europe, Part 1: A growing number of automotive manufacturers are migrating to Central and Eastern Europe. But are they doing the right thing?, February 2007.
- PricewaterhouseCoopers (2007): Eastern Influx. Automotive manufacturing in Central and Eastern Europe, Part 2: How should an automotive manufacturer that has decided to move to Central and Eastern Europe go about choosing the right location for its needs?, February 2007.
- PricewaterhouseCoopers (2007): Global Automotive Financial Review An overview of industry data, trends and financial reporting practices, 2007 edition, October 2007.
- PricewaterhouseCoopers: Supplier Survival Survival in the Modern Automotive Supply Chain.

Sturgeon, Timothy J., Memedovic, Olga, Van Biesebroeck, Johannes (2004): Globalisation of the automotive industry: main features and trends, *Int. J. Technological Learning, Innovation and Development*, Vol. X, No. Y, XXXX, 2004.

European Commission (2009): Background on the situation in the European car industry, Brussels, 25th February 2009.

Goldsmith, Jeannette (2008): Siting Trends for Tier 1 and Tier 2 Automotive Suppliers, publish in *Trade& Industry Development*, 22. 01. 2008.

ADR Vest – www.adrvest.ro

APIA – www.apia.ro

Belcar – www.europe-innova.org/BELCAR

TCAS – www.europe-innova.org/TCAS

Ziegler Éva:

A rend világa. Tudásalapú Európa? Kutatás-fejlesztés-innováció és a gyakorlati hasznosítás rögzös viszonya, célszerű jövője a rendszerelmélet és a rendszerszemlélet tükrében

Abstract

Our aim is to provide a correct answer to the European challenges. To this end, we use the common base of all kinds of good approaches, the one which is less widespread but very fruitful and system theoretical approach. We analyze Europe as a system, how it is related to its system parts and to the environmental gross-system. We identify how and why to place the concept 'challenge' in the frame of the theory, in the circles of physical effects controlling multiple complex and hierarchical systems. We draw the conclusion which kind of system and related model allows us to achieve our target, to get us correct answers. Finally, we list the main groups of necessary priority tasks, in order to let the system operate as a result and we record its resource conditions.

1. Bevezetés

Az 'V. Európai kihívások' Nemzetközi Tudományos Konferencia felhívásának kézhezvétele után első gondolatom az volt: Milyen szerencsés időben élünk – az európai kihívásokra már közös európai szintű válaszokat tudunk adni! Rögtön ezután a második gondolatom pedig: Milyen szerencsétlen időben élünk – ha az európai kihívásokra 'csak' lokális európai szintű válaszokat tudunk adni, akkor igencsak elkéstünk. Európai kihívásaink egy része valóban belső, európai kihívás. De a legjelentősebb hatású kihívások Földgolyó szintűek – a szó szoros értelmében globálisak. De vajon van-e egyáltalán ennek fő célunk, a kihívásokra adandó értelmes válaszok szempontjából jelentősége? Véleményem szerint igen, és hogy miért, ezt szeretném szűkebb tudományterületem, a rendszerelmélet irányából közelítve felvázolni.

2. Rendszerelméleti megközelítés

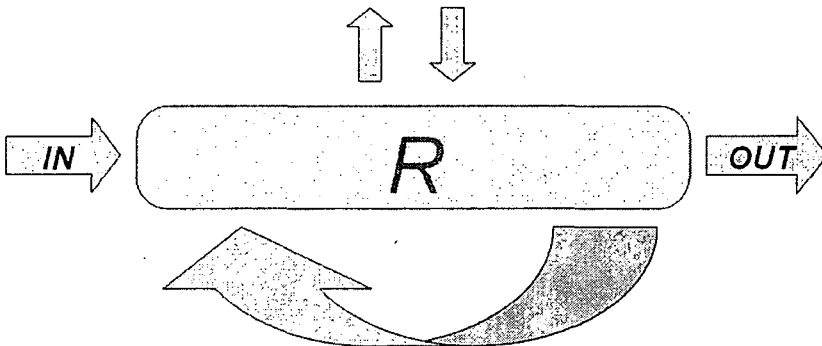
Régióink, Európa – többszörösen összefüggő, komplex, hierarchikus, működő valós rendszer. Egyben viszonylag nagyméretű részrendszere a Földgolyó, a Glóbusz nagyrészerének, annak minden vetületében. Az Európa egészét érő külső kihívások ebből fakadóan már régen nem európaiak, hanem valójában, és a szó szoros értelmében globálisak.

Európa régiói – az Európa nevű rendszer földrajzi-gazdasági-társadalmi részrendszerei. A részrendszereket érő kihívások Európa belső kihívásai – ezek feltérképezést, rendszerbefoglalását folyamatosan végezzük, ezek közös kezelhetőségének előnyeit most kezdjük igazán érezni, jogos euro-lokálipatriotizmussal.

Kihívás – nem rendszerelméleti kategória, de jól közelíthető a stratégiailag irányított rendszerekre gyakorolt hatások vizsgálatával. Egy általános valós rendszer működése során hatásgyakorlásokkal találkozunk, amelyek a rendszert a környezeti nagyrendszerből kívülről irányítják (= külső rendszerirányítás, más szóval rendszerpolitikai szintű irányítás),

* Ügyvezető igazgató – Ziegler Consulting Kft.

és amelyeket a rendszer inputokként és zavarokként kezel. Ezekre állapotváltozással (belső operatív működés) reagál, és az állapotáról outputjain keresztül gyakorolt hatást a környezetre.



1. ábra. Tetszőleges valós, működő rendszer (R) alapvető hatáskapcsolatai
(Forrás: Ziegler Éva: 'A rend világa' című készülő könyvéből)

A rendszer környezetéből érkező hatásokat, azok csoportjait, akkor jellemezhetjük talán leginkább a rendszert érő kihívásként, ha a fogadó rendszer

- képes nemcsak az adott inputokra és a zavarokra 'fizikailag' reagálni,
 - hanem saját tervkészítő, modellező, előrejelző képességgel bír,
 - részrendszereit képes összehangolt közös cselekvésre bírni,
 - valamely saját tervezett optimum, célfüggvény szerint változtatja állapotát,
- azaz saját belső *stratégiai irányítási funkcióval rendelkezik.*

Ekkor a rendszer saját rendszerintelligenciájától függő mértékben mérlegelni és dönteni képes valószínűségi alapon előre látható eredményeket adó alternatív jövők között, és képes értékelni az alternatív jövőket számára kívánatos és elkerülendő kategóriákban.

Egy stratégiailag irányított rendszer, tehát belső vezérléssel és/vagy szabályozással, (visszacsatolással) rendelkező rendszer, a hatásgyakorlásokra, és az azokban a fenitek szerint rejlő kihívásokra a saját terve, célfüggvénye szerint válaszol, a saját mindenkor tervezett optimumát igyekszik legjobban megközelíteni az idő függvényében, de az *outputok környezetre gyakorolt hatásának figyelembevétele nélkül.*

Modelljeink, módszereink, matematikai megközelítéseink zömükben a fentiekhez igazodóan a környezetet nyílt körülményként kezelő megfontolásra és alapmodellekre épülnek.

Amíg a rendszer és környezete, mint nagyrendszer között jelentős a méretbeli különbség, addig ez a nyílt jellegű környezeti rendszer feltételezés/megközelítés helytálló is. (Jelentős különbség: nem definit kategória, de ökölszabályként: amíg az outputok a rendszer saját működési terében és időtartamában nem jelennek meg közvetlen inputként.)

Ha azonban a rendszer és a környezeti nagyrendszer közti különbség nem nagyságrendekkel eltérő, hanem a rendszer jelentős és befolyásoló részrendszere a nagyrendszernek, akkor a nyílt modellek már nem alkalmazhatók kellő pontossággal, mert az outputok zavaró jellemzőkre és magára a rendszerre inputként gyakorolt közvetlen hatása sokkal nagyobb, mint amit a nyílt modellezésű szabályozással tolerálni tudunk. Ezek a rendszerek még nem teljesen zárt rendszerek, de bezárulóban vannak, viselkedésükben már egyfajta pszeudo-zárt rendszerként nyilvánulnak meg. Pontos tervezésükben, modellezésükben, kezelésükben, a kihívások megválaszolásában a zárt rendszerekre alkalmas eszközökkel lehet csak kielégítő pontossággal dolgozni.

Mind az Európa (= rendszer) régiói (= Európa-rendszer részrendszerei), mind pedig Régiók, Európa kifejezetten ilyen pszeudo-zárt rendszer. De ilyen a környezeti globális nagyrendszer, a Föld is, a maga összes vetületi részrendszerével egyetemben.

Ebből több dolog következik rendszerelméletileg. Ezek egy részét nem szívesen hallgatjuk, mondjuk, pedig ha hiányosan modellezünk, vagy rosszul tesszük fel a kérdéseket, akkor csak hiányos és rossz válaszokat kaphatunk.

Ha szembenézünk a nyílt és zárt rendszerek elméletileg is lényeges eltérőségével a saját jelen helyzetünkben, akkor a kihívásokra adott válaszaink a valós helyzetben sokkal pontosabbak lesznek, de fő csoportonként erősen különböző következményekkel járnak.

Vegyük számba a következmények fő csoportjait.

Egy zárt modellel közelíthető nagyrendszer-rendszer együttes működése fenntartható ugyan, egyensúlyban tartható belső irányító erőkkel – de ezért nagy árat kell fizessen: egyrészt nincsenek szabad erőforrások, csak a részrendszerek, elemek közt egymás rovására lehet anyagot, energiát elvenni, ezért rendkívüli erővel korlátozni kell az elemek számának bővülési lehetőségét, másrészt igen erősen koncentrált, egy részrendszerre ruházott stratégiai irányítással kell az összes többi részrendszert saját optimumuk kielégítésétől folyamatosan eltéríteni, és a közös stratégiai célfüggvény szerinti működésre, áldozathozásra bírni.

Ennek emberi elemekkel bíró, társadalmi részrendszer-viszonyok között, tehát antropikus megközelítésben meglehetősen totális diktatúra csengése van. Akár Európát vesszük a Glóbusz nagyrendszerben, akár az európai részrendszereket, országokat az Európa-rendszerben. → Ezt az utat – hacsak lehet – nem szeretnénk választani.

Ha viszont egy zárt modellel közelíthető rendszerben a fentiekkel jellemezhető erős irányítás nem valósul meg, és a zártság miatt nincs mód, nincs hova térben és időben expandálni, nyúlni további erőforrásokért, a rendszer keretei nem tágíthatóak azonnali környezeti visszahatás nélkül, akkor a részrendszerek vagy szétválnak, és a nagyrendszert törlik szét, vagy maguk is széttörnek még alacsonyabb fokú rendszerekké.

Ez antropikus megközelítésben háború és anarchia. Az Univerzum szempontjából semmi jelentősége nincs annak, hogy a Földön egyes kisebb-nagyobb részrendszerek, vagy régiók, vagy az egész emberi társadalmi rendszer, vagy akár az egész bioszféra rendszer széttörik-e, vagy nem, de számunkra igencsak van, → ezért ezt az utat sem szeretnénk választani.

Zárt rendszerben, zárt rendszer modellel viszont más megoldás nincs.

Ha viszont a zártság okozta megoldások egyike sem volt számunkra elfogadható, akkor csak a nyílt rendszer modell segíthet. Nyílt modellel azonban valós és használható eredményeket adóan csak nyílt rendszert lehet közelíteni.

Jó hír: A valós világ hagymahéjszerűen egymásra épülő komplex rendszerei valójában mindig nyíltak. A kvantumfizika és a kozmológia teljesen külön utakon járva és eltérő elméleti alapokon gondolkodva, de erre az eredményre kezd hajlani. (A megoldókulcs a „valós” szóban van.)

Rossz hír: Számunkra, emberi elemekkel működő rendszerek számára jelenleg a Glóbusz erősen korlátozott és pszeudo-zártnak viselkedő nagyrendszer, jelenleg viszonylag kevés irányban vannak számunkra kellően nyitott és nagyméretű új világok.

Mit lehet ez esetben tenni? Ismét olyan következtetésekhez érkezünk, amelyeket sokan legtöbbször nem szívesen hallgatunk. → Meg kell találnunk a tudomány intenzív fejlesztésével és annak igen gyors gyakorlatban való hasznosításával az ajtókat a pszeudo-zárt rendszerünk körüli, olyan következő, kellően nagy terű és kellően nagy időtartamokkal bíró környezeti nagyrendszeréhez, amelyek ismét nyílt rendszerként kezelhetővé teszik a rendszerünket.

De merre lehet nyitni? Bármilyen furcsa, ha jól belegondolunk, „csak” – vagy szerencsé-

re? – két valós tartományú lehetőségünk van: idő és tér. Ennek nagyon konkrét, természet-tudományosan megalapozott elemzési irányai és első eredményei a mai tudományos kutatás, elsősorban a fizika main stream-jébe tartoznak – de bemutatásukra a jelen cikk tartalmi és formai keretei nem adnak lehetőséget.

2. Következmények

Milyen konkrét, most megtehető lépéseket, feladatokat, tennivalókat tűzhetünk magunk elé, ha emberi és társadalmi szempontból is jó megoldást szeretnénk a kihívások megvalósulásával elérni?

- a) Ha nem lenne igen rossz „hangása” és áthallása, azt mondanám: Tanulni, tanulni, tanulni... Pontos és nagyon magas szintű tudásra van szükségünk, gyorsan és közvetlen hasznosítást lehetővé tevően, és ehhez nagyon pontos és magas szintű irányítókra és végrehajtókra van szükségünk, lehetőleg már ebben az emberöltőben is érzékelhetően. A fizikai környezetünk nem vár ránk, hogy felnőjünk, és nem érez bánatot irántunk, ha rendszereink megszűnnének. Nekünk kell a megfelelő tudást magunkévá tennünk és alkalmazkodnunk.
- b) A kutatást, fejlesztést és az arra épülő innovációt nemhogy a jelenlegi célkitűzések szintjére (3–5% GDP), de annak többszörösére kellene emelnünk. Akár 20–40% kitűzését sem tartanék magasnak a fentiekben kitűzött expanziós lehetőségek megvalósíthatósága érdekében.
- c) Nagy kérdés, hogy mit kellene cserébe ezért beáldozni a mai, amúgy is megszorításos környezetben. Ennek elemzése, eldöntése és folyamatos gyakorlati bevezetése lenne az egyik legégetőbb feladatunk a következő évtizedben.
- d) A fogalmakat, szavakat, definíciókat, tényeket és ismereteket nem szabad önkényesen és elkent körvonalakkal használni, megfogalmazni, mert idő- és energiavesztést okoz a feladatok megoldása közben. Az ehhez szükséges ismeretek elsajátítása érdekében magas szintű rendszerelméleti, fizikai, informatikai képzést kell lehetővé tenni MINDENKI számára, bármilyen területen is dolgozik.
- e) A ma elérhető tudást nemcsak fejleszteni és pontosan átadni kell, hanem ezzel egy időben a szó szoros, de *jó értelmében* tömegessé is kell tenni, hogy a szükséges együttműködést ne erőszakkal, hanem a stratégiai célfüggvények taktikai szinten történő megértésével lehessen elérni. → Az oktatásnak, képzésnek sokkal nagyobb presztízszt, sokkal magasabb rangot kell kapnia, és egészen másként, sokkal szélesebben kell értelmezzük és csináljuk, mint most.
- f) A globális nemzetközi kommunikációt nemcsak a folyó életünk érdekében, hanem kiemelten a fenti feladatok biztonságossá tételének érdekében is sokkal erősebbé kell tegyük.

Nem mennyiségében, mert azzal már nincs gond – minőségében kell a változás:

- Tartalmában – teljeskörűsége törekvés, félinformációk, szándékos károkozások kiküszöbölése.
- Technikai eszközében – sokkal biztosabbá és stabilabbá kell válnia. Ma még hiányzik: az elektromágneses megoldások megfelelő alternatív kommunikációs és tudásbázisa (a papíralap jó alternatíva volt, de környezeti megfontolás miatt redukálnunk kell és lassú is az elektromágneses típushoz képest – más viszont még nincsen).

3. Összegzés

.. Mibe kerül ez nekünk?

A röviden felsoroltak a kihívások megválaszolhatóságát tennék lehetővé – de csak lehetővé tennék. → És már ezek is minden eddigi történelmi szokásnál magasabb GDP arányú költséget jelentenének. Maguk a helyes válaszok – a korábbiakban jelzett elemzés és racionalizálás elvégzése után is nyilvánvalóan további euro- és dollármilliárdokat igényelnek. Mi pedig éppen csak kezdünk kilábalni egy magunk okozta, egyébként minimális rendszerelméleti ismeretek birtokában is már elkerülhető pénzügyi-gazdasági válságból.

A legnagyobb kihívás maga az ember:

- az alternatív rossz megoldások felderítésére,
- majd azok világos ismeretében,
- lesz-e, van-e elegendő erőnk, szándékunk, eszünk,
- a meglévő idő- és erőforráskorlátok kereteiben,
- a fentiekben vázolt 'kutató-fejlesztés-innováció-oktatás-képzés' igen széles frontú erőkoncentrációt,
- a nagyrendszerünk egyben maradása és az ehhez szükséges expanzió érdekében megvalósítani?

Ennek érdekében tartom kiemelten fontosnak minél több fórumon, minél több szinten hangot adni a rendszertudományos gondolkodás égető fontosságának, a rendteremtés egyedüli jó kitörést és jövőképet adó alternatívájának.

HEGEDŰS GÁBOR:^{*}

A lakóparkok és lakóparkszerű létesítmények általános jellemzői a magyarországi megyei jogú városokban

Abstract

The modern gated communities first appeared in East-Central Europe after the collapse of state socialist systems. Moving into gated communities turned into one characteristic form of residential segregation. Since the beginning of the 1990s gated communities (in Hungarian: lakópark, 'residential park') began to be built in Budapest and in its direct suburban gravitation zone in Hungary. The largest cities in Hungary have a special administrative status (City with County Rights). We analyzed residential parks and residential park-like developments in the so-called Cities with County Rights having mostly over 50 thousands inhabitants. We typified residential parks, analyzed their geographical dispersion in the category mentioned above. We can observe significant differences in the numbers and spatial distribution of residential parks amongst the analyzed cities.

1. Bevezetés

A modern városfejlődés és a szegregáció viszonylag új jelensége a lakóparkok kialakulása, és számuk jelentős gyarapodása, globális terjedése (Glasze et al. 2006). A lakóparkok Kelet-Közép- és Kelet-Európa országaiban az államszocialista rendszerek bukása után jelentek meg (Stoyanov–Frantz 2006). A társadalmi-gazdasági átalakulás során ezekben az országokban a jövedelmi-vagyoni különbségek rendkívüli mértékben megnöttek, ami a városi lakosság erősödő térbeli szegregációjában is megnyilvánult. Nemcsak a szegényebb társadalmi-gazdasági helyzetűek, de a jómódúak is elkülönülnek, s az utóbbiak sokszor a lakóparkokba költözés révén érik ezt el.

A 2009-ben végzett kutatásunk során arra kerestük a választ, hogy a lakóparkok hogyan terjednek a 23 megyei jogú városban és azok szuburbán zónájában. Kitértünk arra is, hogy a lakóparkok milyen területi eloszlásban léteznek és hogy miként lehet őket tipizálni.

2. A lakóparkok általános jellemzői

A lakóparkok kialakulásáról és elterjedéséről ma már jelentős, egyre növekvő területű szakirodalom áll rendelkezésre (lásd például Glasze et al. 2006). A magyar szakirodalom tekintetében azonban csak a legújabb időkben születtek kutatások, és publikációk a témában (lásd például Bodnár–Molnár 2007, Cséfalvay 2008, Csizmady 2008). Ezek eddig főleg a budapesti, és részben a Budapest környéki szuburbán lakóparkokat vizsgálták. A Budapesti Agglomeráción kívüli lakóparkokat kevésbé kutatták ezidáig.

Sokféle megközelítési módon alapuló, többféle definíciót is használnak a fejlett országokbeli lakóparkokra. A fejlett országokbeli lakópark (angol nevén gated community) Blandy és társai definíciójának értelmében „fallal vagy kerítéssel körbevett, gyakran kame-rákkal vagy biztonsági őrkkel védett, a közösség számára csak korlátozott hozzáférést

^{*} Tanársegéd – Szegedi Tudományegyetem Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

biztosító lakóterület. Általában a lakóit jogi szerződéssel kötelezi egy jogi törvénykönyv betartására” (Blandy et al. 2003). A lakóparkok sokféle előnyt és jónéhány hátrányt is jelentenek. Ezek egymástól rendkívül különbözők is lehetnek, attól függően, hogy melyik, létezésükben érintett érdekcsoport (például lakóik és a környezetükben élők, az ingatlanfejlesztők, az önkormányzatok) szempontjait vizsgáljuk.

Magyarországon az első lakóparkokat az 1980-as évek végén és az 1990-es évek legelején hozták létre Budán, majd Budapest egész területén és szuburbán zónájában is megjelentek. A Budapesti Agglomeráció „lakóparkjainak” többsége nem, vagy csak részben hasonlít a fejlett országokbeli gated community-khez. Nem őrzik őket, nincs ellenőrzött bejáratuk, fizikailag nincsenek teljesen elválasztva a környezetüktől, jogilag sem különülnek el, és viszonylag kevés extra, önálló szolgáltatást nyújtanak lakóiknak (Cséfalvay 2008). A magyarországi lakóparkokat is általában a (felső) középosztály lakja, a beköltözés motivációja a jó elrendezésű, modern lakás és a kellemes, parkosított környezet iránti igény, és csak kisebb mértékben a biztonságos lakókörnyezet vágya, legalábbis Budapesten (Csizmady 2008), de feltehetőleg az ország más részein is.

3. A kutatás főbb kérdései, hipotézisei, módszerei

Kiindulópontunk az a feltevés volt, hogy a lakóparkok a globalizáció folyamatának sajátos jelenségeként értelmezhetőek. A globalizációs hatások (így a lakóparkok, azok sajátos magyar adaptációi) fokozatosan jelennek meg a magyar településhierarchia különböző szintjein olyan módon, hogy a felsőbb szinteken ezek a hatások gyakoribbak és erőteljesebbek, míg az alsóbb szinteken esetlegesebbek, ritkábbak (lásd Boros–Hegedűs–Pál 2006). A lakóparkok, mint új, globális innovációk leginkább a hierarchikus, de ugyanakkor a szomszédsági terjedés modelljével is leírható módon (Rechnitzer 1993) létesülnek Magyarországon vidéki térségeiben is. További feltételezésünk, hogy hazánkban a vidéki lakóparkok az ország fejlettebb gazdaságú térségeiben, illetve legnépesebb városaiban a leggyakoribbak (nagyobb vásárlóerő).

A Központi Statisztikai Hivatal rendelkezik már hivatalos lakópark definíciója alapján a lakópark „egy helyrajzi számon nyilvántartott telken elhelyezkedő, egységes építészeti arculattal kialakított többalakásos épületegyüttes, ami többnyire fizikai korlátokkal, zárt lakóterként épül” (KSH 2006). A KSH-statisztikák nem teljesen fedik le a tényleges lakóparkok körét. Számunkra megfelelőnek tűnő adatbázis híján saját magunk gyűjtöttünk és rendszereztünk a lakóparkokról adatokat. Azonosításukhoz alapvetően internetes forrásokat használtunk. Az internetes médium az ingatlanfejlesztők marketingtevékenységének egyik fontos kerete, és számos haza és nemzetközi kutatásban vizsgálják őket. Telefonos információgyűjtést (önkormányzatok, ingatlanfejlesztők) is végeztünk.

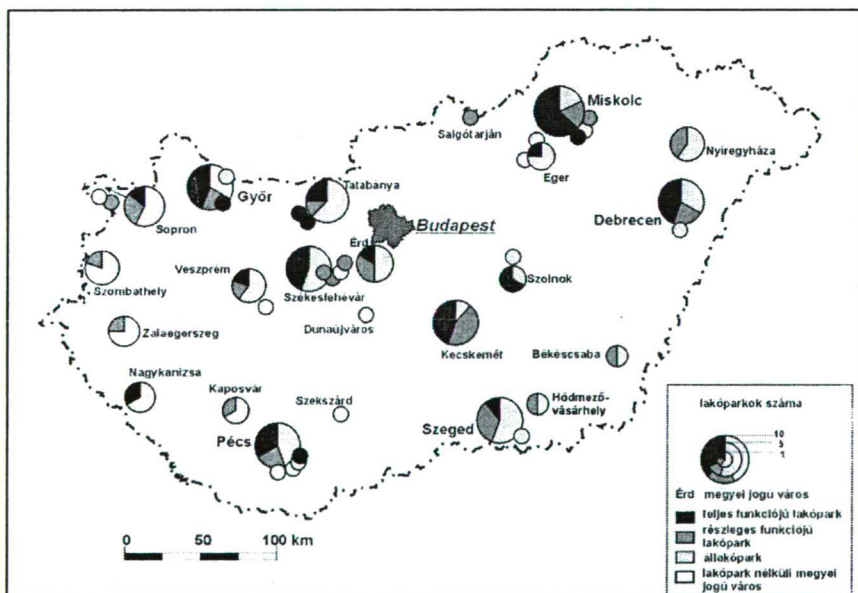
A lakópark kifejezés Magyarországon rendkívül heterogén gyűjtőfogalomnak számít a funkcióit (térbeli elválasztás, szolgáltatások) és a morfológiát (építészeti arculat) tekintve. A kutatásunkban a lakóparkokat, illetve az azoknak nevezett létesítményeket főként a funkciójuk alapján kíséreltük meg osztályozni. Meghatározásunk alapján a lakópark olyan, legalább 20 lakást magába foglaló lakóingatlan-együttes, amely környezetétől kerítéssel elválasztott (térbeli elkülönülés funkció), és valamilyen közösségi szolgáltatást nyújt a lakóinak (például zöldterületek karbantartása), és/vagy valamilyen közösségi létesítményt foglal magába (például játszótér, kert; ellátás funkció). Azokat az ingatlanfejlesztéseket, amelyekre a definíciónk teljes körűen érvényes, „teljes funkciójú lakóparkoknak” (1. típus) nevezzük. A második kategóriát a „részleges funkciójú lakóparkok” jelentik (2. típus), amelyek körbekerítettek ugyan, de semmilyen pluszszolgáltatást nem biztosítanak az ott

előeknek. A harmadik kategóriába tartozó olyan létesítményt, amelyek még körbekerítve sincs, nem nyújt szolgáltatásokat, és csak a létesítői hívják így, „állakóparknak” hívjuk (3. típus; ténylegesen nem tekinthetők lakóparknak). Minden olyan létesítményt vizsgáltunk, amelyet lakóparkként, vagy annak szinonimájaként (lakókert, liget stb.) hirdettek.

A megyei jogú városokhoz tartozó szuburbán zónát is vizsgáltuk (a kutatásunkban alkalmazott lehatárolása: az ingázók népességén belüli aránya 23% feletti (2001), pozitív népességszám-változás 2000 és 2005 között és az ugyanezen időszak alatt épített lakások aránya az összlakás-állományból 4,5%-nál nagyobb). A megállapításaink a továbbiakban a vizsgált szuburbán zónák lakóparkjaira is vonatkoznak. Erd esetében nem tértünk ki a szuburbán zóna elemzésére, mivel a város a Budapesti Agglomeráció része.

4. A lakóparkok elterjedése és különböző hatásaik a megyei jogú városokban

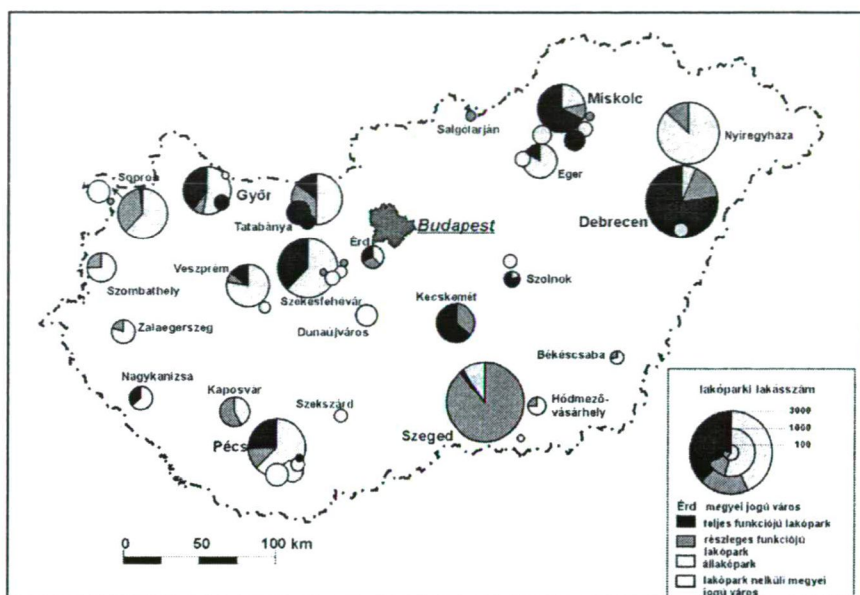
Eredményeink a lakóparkoknak a településhierarchiával, illetve a társadalmi-gazdasági fejlettséggel kapcsolatos feltevéseinket csak részben támasztották alá. A lakóparkok számának vizsgálata alapján megállapítható, hogy a magukat lakóparkként hirdető létesítmények mintegy fele (151-ből 77; 51,0%) funkcionálisan – a kutatásunk alapján – nem tekinthető lakóparknak (*1. ábra*). A teljes funkciójú lakóparkok száma a mintánkban 41 (27,2%), a részleges funkciójú csoporté 33 (21,2%). A megyei jogú városok jelentős hányadában (a jelentősebb népességgel rendelkező Nyíregyházán, Szombathelyen, vagy Kaposváron) nincs teljes funkciójú lakópark, egy részükben pedig még részleges funkciójú sem (Szekszárd). Dunaújvárosban semmilyen magát lakóparkként definiáló létesítményt nem találtunk.



1. ábra. A lakóparkok száma Magyarország megyei jogú városaiban és azok szuburbán övezetében
(Forrás: Hegedűs G. 2009, adatok forrása: saját gyűjtés, illetve számítás)

A legtöbb lakóparkkal 2009-ban Miskolc rendelkezett. Az észak-magyarországi régióközpontban a legmagasabb a teljes funkciójú lakóparkok száma és aránya (7; 63,6%), illetve 2 részleges funkciójú lakóparkja is van (18,2%). Ez amiatt is figyelemreméltó, mert

Miskolcon – más regionális központokhoz képest – alacsonyabb a vásárlóerő, és az egyik leghátrányosabb helyzetben lévő magyarországi NUTS II. régió központja. Kecskemét a 2. „helyezett” (4-4 teljes és részleges funkciójú lakópark; 44,4%), Győr és Debrecen a 3. (4 teljes funkciójú, és 2 részleges funkciójú lakópark; 44,4, illetve 22,2%-os mindkét városban). Debrecenben, Tatabányán, és Pécsen fordulnak elő még nagyobb számban és arányban lakóparkok. Érdekes, hogy az említett városokkal ellentétben Szegeden, a Dél-alföldi régió központjában a lakóparkok száma alacsony, és a teljes funkciójú típus száma és aránya is kicsi.



2. ábra. A lakóparki lakások száma Magyarország megyei jogú városaiban, és azok szuburbán övezetében

(Forrás: Hegedűs G. 2009, adatok forrása: saját gyűjtés, illetve számítás)

A lakóparki lakások számát elemezve is jelentős különbségek mutathatóak ki Magyarországon (2. ábra). Kutatásunk alapján a vizsgált 151 lakópark összesen 20 564 lakást foglal magába. Ebből 5869 (28,4%) teljes funkciójú lakóparkban, 2843 részleges funkciójában (13,8%), 11 852 pedig „állakóparkban” (57,6%) található. A 3. típus tehát átlagosan nagyobb lakásszámú, mint az 1. és a 2. kategória lakóparkjai. Jó példa erre Szeged, ahol a vizsgálatunk alapján a legtöbb, megépült és létesítés alatt álló lakóparki lakás (összesen 2818) található. Ez csupán annak köszönhető, hogy a város igen sok, sűrűn beépített, a 3. típusba tartozó lakóparkkal rendelkezik. Ezen kívül a peremi részein sok, jelenleg közművesítés alatt álló, családi házas beépítésű, 3. kategóriájú létesítményt építenek. Az 1. típus részesedése elenyésző. Ellentétben Debrecennel, ahol a második legtöbb lakóparki lakás található (2265), és ezeknek döntő része (77,4%) az 1. típusba tartozik. Nyíregyházán, Szekesfeherváron, Pécsen és Győrben, Tatabányán és Sopronban jellemző még 1000-nél nagyobb lakóparki lakásszám. Miskolc csak a 9. a sorban, vagyis több, de kisebb méretű 1. típusú lakóparkfejlesztés jellemzi. A 1. típus aránya a lakásszám alapján a legmagasabb Szolnokon (82,3%), Debrecenben (77,4%), Miskolcon (73,5%), valamint Kecskeméten, Szekesfeherváron és Nagykanizsán.

5. Összegzés

Kutatásunk során a magyarországi megyei jogú városokban és szuburbán zónájukban vizsgáltuk a térbeli elterjedésüket, és kíséreltük meg funkcionálisan tipizálni őket. Eredményeink részben ellentmondanak annak a feltevésünknek, hogy a lakóparkok elterjedési foka leginkább az adott város településhierarchiában betöltött helyétől (lakosságszámától), és a térségi társadalmi-gazdasági fejlettségétől függ. A lakóparkok és a lakóparkszerű létesítmények ma már nem csupán a Budapesti Agglomeráció térségében, de a vizsgált településeken is jelen vannak. A klasszikus értelemben vett lakóparkokhoz hasonló beruházások részaránya alacsony.

További kutatások lennének szükségesek, hogy a lakóparkok térbeli eloszlására ható tényezőket még alaposabban megvizsgáljuk. A lakóparkok morfológiáját, a létesítésük helyét, az ott és a környezetükben élők társadalmi jellemzőit, térpályáit illetően is még több, kvantitatív és kvalitatív kutatást lehetne végezni. Az önkormányzatoknak, az ingatlanfejlesztőknek és a helyi lakosságnak (civil szféra) a lakóparkok létesítésének folyamatát betöltött szerepét, a lakóparképítéshez fűződő érdekeiket is érdemes lenne még jobban elemezni.

Irodalomjegyzék

- Blandy, S. et al. (2003): Gated communities: A Systematic Review of the Research Evidence. University of Bristol – University of Glasgow. 63 p.
- Bodnár J.–Molnár V. (2007): Reconfiguring private and public: state, capital and new planned communities in Berlin and Budapest. 4th International Conference of the research network Private urban governance & gated communities, Université Paris, Panthéon-Sorbonne, 2007. CD-ROM.
- Boros L.–Hegedűs G.–Pál V. (2006): Globalizációs hatások alföldi városainkban – a városszerkezet és a településképp átalakulása. MTA, III. Magyar Földrajzi Konferencia, Budapest, CD-ROM.
- Cséfalvai Z. (2008): Kapuk, falak, sorompók: a lakóparkok világa. Gondolat-Marina Part, Budapest, 300 p.
- Csizmadya A. (2008): A lakóteleptől a lakóparkig. Új Mandátum, Budapest, 321 p.
- Glasze, G.–Webster, C.–Frantz, K. (eds.) (2006): Private communities: Global and Local Perspectives. Routledge, London–New York, 242 p.
- Lakásstatistikai Évkönyv (2005, 2006): Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 204 p.
- Rechnitzer J. (1993): Szétszakadás vagy felzárkózás: a térszerkezetet alakító innovációk. MTA Regionális Kutatások Központja, Győr, 208 p.
- Stoyanov, P.–Frantz, K. (2006): Gated communities in Bulgaria: interpreting a new trend in post-communist urban development. Geojournal. 66, 1–2., pp. 57–63.
- Webster, C. (2002): Property rights and the public realm: gates, green belts and Gemeinschaft. Environment and Planning B, 29. 3., pp. 397–412.

JÓZSA KLÁRA:^{*}

Települési versenyképesség, települési siker

Abstract

The success is variable and complex. Recognition of local talent, mayor of the settlement, cooperation of population, intellectual capital, firms are important to success. This elements are more important in a small village's life, particularly, when this settlement is a young small village as Remeteszőlős.

1. Bevezetés

A történelem során a települések – legyen az nagyváros, vagy aprófalu – között mindig folyt valamiféle versengés. A verseny általánossá válását csak a közelmúlt eseményei indukálták, a gazdasági szerkezetváltás és a világ gazdasági globalizáció (Enyedi 1997). A versenyképesség, siker, fejlődés fogalmkörével kapcsolatban gyakran csak a „látványt” ismerjük, az új, vagy éppen hanyatló elemeket látjuk (Mészáros 1993). Fontos azonban azoknak a mechanizmusoknak a megismerése is, amelyek ezeknek az új, vagy éppen hanyatló elemeknek a meglétét előidézik.¹ Jelen tanulmány célja a „látvány” mögött rejlő mechanizmusok feltárása, szakirodalomra, terepbejárás tapasztalatokra, és egy nemrégiben önállóvá vált aprófalu, Remeteszőlős polgármesterével folytatott személyes interjúra támaszkodva. Remeteszőlős 2002-ben vált önálló településsé, korábban Nagykovácsi zártkertje volt. Ennek következtében infrastrukturális és intézményi ellátottsága hiányos. A budapesti agglomeráció része, szuburbán település, nagyszámú kiköltözővel és ebből eredő társadalmi konfliktusokkal.

2. Sikertényezők

2.1. Országos, régiós, kistérségi tényezők

A sikert a tér és társadalomkutatásokban gyakran vizsgálják regionális oldalról. A másik fő kutatási terület a városi verseny, városi siker vizsgálata.

Országos szinten a sikerhez elengedhetetlen, hogy az ország világosan meg tudja fogalmazni érdekeit, az országban jelen legyen a társadalmi kohézió, ami az érdekérvényesítés nélkülözhetetlen feltétele (Inotai – Veress 2004).

„A sikeres régióban növekszik az előállított jövedelem. E jövedelem jelentős része helyben marad befektetésre, vállalkozói és személyi jövedelemre, adók formájában településműködtetésre és fejlesztésre. A jövedelemnövekedésből a lakosság széles rétegei is részesülnek, a gazdasági növekedés nem károsítja a régió természeti környezetét, épített és kulturális értékeit (Enyedi 1997).

^{*} PhD-hallgató – Szegedi Tudományegyetem Természettudományi és Informatikai Kar, Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

¹ Itt kívánjuk megjegyezni, hogy a versenyképesség fogalmát jelen tanulmány a korábbi szakirodalomra támaszkodva a sikernél szűkebb kategóriaként, annak feltételeként kezeli (Enyedi 1997), mondván a versenyképességet befolyásoló tényezők igen összetett körét napjainkban a sikeresség fogalma fogja össze (Lukács 2008).

A régiók, kistérségek sikerességének feltétele a foglalkoztatottak szolgáltatásokban és/vagy feldolgozóiparban való koncentrációja, a könnyű megközelíthetőség, elérhetőség, a magasan kvalifikált munkaerő mellett a szociális infrastruktúra, üzleti szolgáltatások megléte (Lukács 2008).

2.2. A sikeres város tényezői

A városi verseny fogalmának egyik lehetséges értelmezéseként „A verseny mindig nyerteseket és veszteseket jelent – a nyertesek a sikeres városok.” (Enyedi 1997). A sikeres város fogalma azonban nem volt mindig azonos, időről időre folyamatosan változott. Az ókorban és a középkorban azok a városok voltak sikeresek, amelyek a környező településeket hatalmukba tudták keríteni (Sári 2001, Benevolo 1994). Az ipari forradalom idején a fejlett iparral rendelkező, a szocializmus idején a „szocialista városok”, a rendszerváltás után a piacgazdasági változásokra gyorsan reagálni tudó városok voltak sikeresek (Sári 2001).

Ma a sikeres város képes alkalmazkodni az őt érintő változásokhoz, benne a tercier szektor térnyerése jellemző, melyben az értékhúzó ágazatok nagy számban jelen vannak. A sikeres városban felértékelődik a tudás, jelen van a K + F, erős az innovációs képesség. A város kiveszi részét az őt érintő döntéshozatalból, középosztálya gyarapodik, de megjelenik a marginalizálódás, a társadalmi konfliktusok is (Herbert–Smith 1989). Ugyanakkor a sikeres város jól kezeli a konfliktusait, külkapcsolatokkal rendelkezik, benne a jövedelem és a foglalkoztatás növekszik (Enyedi 1997). A sikeres város szolidáris város. A sikeres várost a lehetőségek, a cselekvőkészség, a civilizált keretek jellemzik, fejlődik a gazdasága, munkahelyek teremődnek, képzések vannak, megfelelő színvonalú az infrastruktúra és a szolgáltatások (Lukács 2008).

2.3. A falusi, aprófalusi siker tényezői

Azokban a falvakban van meg a remény a fejlődésre, ahol fiatalok vannak, és ahol a helyi, egyedi lehetőségeket felismerik. A legfontosabb feladat a fiatalok megtartása. A fiatalok egyik csoportja a tanulók, akiknek az értékeik módosulnak a tanulmányaik alatt, a másik csoport a dolgozóké, akiket a munkahelyi, jövedelemszerzési lehetőségek visznek el a faluról (Szász 1984). Remeteszőlös tekintetben nem szokványos kistelepülés. Nincs gond a fiatalok megtartásával, bár az aktív lakosság köréből gyakorlatilag senki sem helyben dolgozik, Budapestre ingázik, lakóhelyüknek mégis egyre többen választják Remeteszőlöst. Nem csak településvezetés, hanem a lakosság igénye is Budapest mellett egy csendes, nyugodt települési környezet biztosítása, amit alacsony helyi adókkal is elősegítenek.

Az alapellátás – lakás, ivóvíz, villamos energia, út, gyermekintézmények, kereskedelmi ellátás, szolgáltatások – feltételeit is meg kell teremteni a kistelepüléseken. Persze nem lehet mindent mindenhol megteremteni, az esetek jó részében szükség van települési összefogásra (Köszegfalvi 1984). Remeteszőlös esetében az intézményi ellátottság teljes egészében hiányzik. Nincs óvoda, iskola, nincs polgármesteri hivatal – a Remeteszőlösi Polgármesteri Hivatal a Rendőrtiszti Főiskola épületében üzemel 4 fővel. A község szélén helyet kapó CBA üzlet sem községi boltként, sokkal inkább az átmenő forgalmat kihasználó, a község lakói által is igénybe vehető üzletként működik.

A rendszerváltás után egyre nagyobb számban megjelenő kistérségi szövetségek céljai a terület- és gazdaságfejlesztés mellett a foglalkoztatási gondok enyhítése, az infrastrukturális fejlesztések, és a vállalkozások elősegítése volt (G. Fekete 1993). A falvak fejlődését a kistérségi integráció, a kistérségi társulások tehát nagymértékben elősegíthetik, szükséges

viszont a helyi társadalmi aktivitás, és minden esetben szükséges településrendezési terv² (Csatári 1993). Remeteszőlös önállóvá válásakor a köztársasági elnök határozata csak azt mondta ki, hogy van Remeteszőlös, a belterületi határok adottak voltak viszont a külterületi határok nem. Remeteszőlös szeretett volna közvetlen Budapesti határt, Nagykovácsi – mely településből Remeteszőlös kivált – pedig arra törekedett, hogy Remeteszőlös ne terjeszkedjen a Nagykovácsi út dél-nyugati oldalára. Az ügy peresítve lett, mely pereskedés 5 évig tartott. Ezt követően lehetett csak településrendezéssel foglalkozni. A jelenleg készülő településrendezési tervben a szilárdburkolatú úthálózat kiépítése mellett településközpont, kereskedelmi öv, és rekreációs terek kialakítására is törekszik a településvezetés.

Az idegenforgalmi lehetőségek kiaknázása is a fejlődés elősegítője lehet az aprófalvakban, de csak ott, ahol a funkcióleépülés még megfordítható folyamat. Programok, a falu megismertetése, fizetővendég-hálózat kialakítása a jó turisztikai adottságokkal bíró falvakban a fejlődés elősegítője lehet (Vuics 1984). Turizmus tekintetében is sajátos szerepű Remeteszőlös. Kedvelt kirándulóhely a Remete-szurdok, de nem célja a településnek ennek a lehetőségnek a kiaknázása, és még kevésbé szerepel az elképzelések között a falusi turizmusra alapozás. Ennek indokaként a polgármester a következőképpen fogalmaz: „itt budapesti emberek laknak budapesti szemlélettel, akik bizonyos tekintetben zárkóztak, és munka után nyugalomra vágynak”.

Régi, újra és újra visszatérő probléma a közlekedési feltételek javítása. A kistelepülések lakossága számára az lenne ideális, ha minél rövidebb idő alatt minél kevesebb megállással jutnának el a lakosok célállomásukhoz, a centrumok elérhetősége javulna (Enyedi 1980, Erdősi 1984, Csapó 1993). Remeteszőlös esetén ez a probléma hatványozottan jelentkezik. Bár a település infrastrukturális ellátottsága – víz, gáz, telefon, internet megléte – a többi kistelepüléshez viszonyítva kielégítő, szilárd burkolatú út alig van, a járdák hiányoznak. Ennek a problémának a felismerése a településvezetés, és a lakosság részéről is megtörtént. Jelenleg 3 utca áll aszfaltozás alatt Remeteszőlösön, a szilárd burkolatú utak kialakítása 30% önkormányzati, és 70% lakossági tőkéből történik. A közlekedési feltételek hiányos volta a pályázatszerzési lehetőségeknél is megmutatkozik. A polgármester álláspontja szerint Remeteszőlösnek a pályázati forrásszerzés egy részét tekintve Budapesttel kell versenyeznie, ami nem egyszerű feladat. Pl. egy a tömegközlekedési tényezőket figyelembe vevő ROP-os pályázat esetén Remeteszőlös, ahol nincs helyi tömegközlekedés, nincs átszállási lehetőség eleve – 20 ponttal indul Budapesttel szemben.

2.4. Az emberi oldal

Van egy a tér- és társadalomkutatások látókörébe ritkábban eső tényező – az ember –, aki a kedvezőtlen helyzetből is képes kiemelni egy-egy települést idézem: „Münchhausen báró módjára – a mocsárból” (Bódi-Böhm 2000). Az emberi oldalt tekintve siker az, ha egy vezető több cikluson keresztül a helyén marad. Ehhez szükséges az az integrátor polgármester, akit a helyi elit, a helyi társadalom támogat döntései megvalósításában. A település vezetőjének ambiciózusnak, rátermettnek, változást akarónak kell lennie, vagy fogalmazhatunk úgy is, hogy a polgármesternek egyszerre kell polgárnak és mesternek is lennie (Böhm 1993). Jól példázza ezt a szerepkört a remeteszőlösi polgármester félmondata, miszerint polgármesterként a település életével kapcsolatban nagyjából mindenbe bele kell folyni. Remeteszőlös jelenlegi polgármesterének ambiciózus voltát, a községért való tenni akarását mutatja, hogy ő volt az első polgármester Remeteszőlösön, aki pályázatot

² Az Alföld kutatási Program során végzett kérdőíves felmérésből kiderül, hogy az 1990-es évek elején az alföldi falvak harmada nem rendelkezett területrendezési tervvel (Csatári 1993).

nyújtott be. Az ő kezdeményezésére egy erre a célra elkülönített keretből a település igyekszik az újonnan megjelenő Budapest térképeken mint önálló település megjeleníteni.

A lakossággal való hatékony együttműködéshez elengedhetetlen a helyi érdekek kommunikációja, az érdekegyeztetés. A sikerhez elengedhetetlen az is, hogy a hagyományos polgári értékek, az identitás, az empátia, az újra való fogékonyság ott legyen a település lakóiban. Szükséges a nyitottság, a fogadókészség, az erős lobby. A sikerhez elengedhetetlen egy kapcsolati háló megléte a környező, és távolabbi településekkel, intézményekkel, személyekkel (Bódi–Böhm 2000). Ez a kapcsolati háló gyenge tartópilléreken áll Remeteszőlősen. A Nagykovácsitól való különválás ellenségeskedést, konfrontációt okozott Remeteszőlősen. A lakosság egy része nem érti miért kellett különválnia Remeteszőlősnak. Nincs mód a vélt, vagy valós problémák megbeszélésére, hiszen hiányoznak a közösségi terek is. Az elmúlt évben közösségteremtő szándékkal megalakult a Remete Csemete Alapítvány, mely a közösségteremtő programok szervezése mellett hangsúlyt fektet a játszótér-, parkfejlesztésre, a közterületek karbantartására és a környezetvédelemre.

Végül Lukács Gergely Sándor értelmezésében a közösségi sikernek előfeltétele az egyéni siker. A szerző a közösségi és magánsiker feltételeiként kulturális, műveltségi, történeti, helyi közösségi, attitűd- és mentálisbeli feltételeket nevez meg (Lukács 2008). A közösségi sikerhez szükséges tehát az, hogy a település polgárai egyenként is sikeresek legyenek, hogy mindenki kiálljon a saját véleménye mellett, de amíg mindenki individuumként viselkedik, nem azt keresi, ami összeköt, hanem ami szétválaszt, addig nincs az egyéni sikeren túl közösségi, települési siker – derül ki a Remeteszőlős polgármesterével folytatott beszélgetésből.

2.5. Ami még a sikerhez szükséges

A sikernek van egy kívülről és egy belülről elismert oldala. Kívülről a külső elvárásoknak – sajtó, intézmények, társadalom – való megfelelés, belülről a megélt, átélt „jó” a siker sajátja (Bódi–Böhm 2000). A sikerhez nélkülözhetetlen a hazai és külföldi reputáció. Nagyban hozzájárul egy település sikeréhez, ha a megyei, országos médiában pozitív hírek hallhatók, olvashatók róla. Remeteszőlősen ez a fajta PR-tevékenység is felemás formában jelenik meg. Hiszen cél az, hogy a települést országosan is megismerjék, létét elismerjék, de nem cél turisztikai mozgósítás Remeteszőlőstre.

Fontos a látszat. A sikeresnek tűnő település vonzza a sikerorientált vállalkozásokat, így a látszatsikerből valódi siker lehet, fogalmazza meg Garamhegyi Ábel a 2001-ben tartott MUT Konferencián (Dékány 2001). Remeteszőlősen a vállalkozási hajlandóság igen magas, 80 fölött van a vállalkozások száma. Ennek hátterében az igen alacsony iparűzési adó áll.

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül azt sem, hogy a sikert csak valamihez viszonyítva lehet definiálni, legyen az egy korábbi állapot, egy kitűzött cél. Ami egyik oldalról siker, az valaki más szemszögéből fogalmazzunk úgy, kedvezőtlen folyamat. Remeteszőlősen a siker viszonyítása nem egyszerű. Ahogyan a polgármester fogalmaz: „a környező települések és mi két külön pályán mozgunk, és a két pálya gyakran nem is párhuzamos”. Ennek ellenére Remeteszőlőst fejlődőképesnek, néhány év múlva sikeresnek nevezhetjük.

3. Összegzés

A siker időben folyamatosan változó, összetett fogalom, melynek számos tényezője van. Önmagában nem értelmezhető, viszonyítási alap nélkül nem létezik, a sikerre törekvés csak az egyik oldalról siker, a másik oldal szemszögéből veszteség, kedvezőtlen folyamat.

A települési sikerhez elengedhetetlen a helyi adottságok felismerése, a bennük lévő lehetőségek kiaknázása. Fontos a kapcsolatépítésre való törekvés, legyen ez lakossági együttműködés, térségi együttműködés, külkapcsolat-építés. A települési vezetés, a polgármester személye, a napjainkban egyre inkább felértékelődő humán tőke, az innovációs képesség is a siker zálogai. A siker feltétele a helybeli döntéshozatal, az önkormányzat hatékony működése.

Egy olyan speciális helyzetű kistelepülés, mint Remeteszőlős esetén a fent felsorolt tényezők elérése, megvalósítása talán még nehezebb, de mindenképp összetettebb feladat. E feladat megvalósításának első lépése Remeteszőlős polgármesterének szavait idézve talán éppen az, hogy Remeteszőlős mint önálló település neve ismert legyen, és a környékbeli falvak, városok „ne úgy tekintsenek a településre mint szegény rokonra, hanem mint legkisebb gyermekekre.”

Irodalomjegyzék

- Benevolo* (1994): A város Európa történetében. Atlantisz Kiadó, Budapest.
- Bódi-Böhm* (2000): Sikeres helyi társadalmak Magyarországon. Agroinform Kiadóház, Budapest.
- Böhm* (1993): Rendszerváltás vagy elitváltás a helyi hatalomban. In: Kiút a válságból. II. Falukonferencia. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 241–244.
- Csatári* (1993): Az alföldi falusi önkormányzatok önképe. In: Kiút a válságból. II. Falukonferencia. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 179–183.
- Csapó* (1993): A rendszerváltás hatása a Nyugat-Dunántúl aprófalvas településeire. In: Kiút a válságból. II. Falukonferencia. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 275–280.
- Dékány* (2001): A siker titka. Falu Város Régió 3. pp. 21–24.
- Enyedi* (1980): Falvaink sorsa. Magvető kiadó, Budapest.
- Enyedi* (1997): A sikeres város. Tér és Társadalom 4. pp. 1–8.
- Erdősi* (1984): A törpefalvak közlekedési ellátottsága. In: Sükösd F. szerk.: Az aprófalvak közléte és ifjúsága. Kisz Baranya megyei Bizottsága, Pécs. pp. 227–233.
- G. Fekete* (1993): A kistérségi szövetségek szerepe a területfejlesztésben. In: Kiút a válságból. II. Falukonferencia. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 225–230.
- Herbert-Smith* (1989): Social Problems and the City. Oxford University Press, Oxford.
- Inotai-Veress* (2004): Hogyan lehetünk sikeres tagjai az Európai Uniónak? Műhelytanulmányok 58. MTA Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest.
- Kőszegfalvi* (1984): Az aprófalvak ellátása. A helyi és a körzeti intézményhálózat adottságai. In: Sükösd F. szerk.: Az aprófalvak közléte és ifjúsága. Kisz Baranya megyei Bizottsága, Pécs. pp. 208–216.
- Lukács* (2008): Sikeres vidék. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.
- Mészáros* (1993): A falu sorsának belső területfejlesztési összefüggése. In: Kiút a válságból. II. Falukonferencia. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs. pp. 176–178.
- Sári* (2001): A „sikeres” város. Falu Város Régió 3. pp. 25–26.
- Szász A.* (1984): Aprófalvak – nagy felelősség. In: Sükösd F. szerk.: Az aprófalvak közléte és ifjúsága. Kisz Baranya megyei Bizottsága, Pécs. pp. 153–165.
- Vuics* (1984): Hozzászólások Az aprófalvak közléte és ifjúsága c. konferenciához. In: Sükösd F. szerk.: Az aprófalvak közléte és ifjúsága. Kisz Baranya megyei Bizottsága, Pécs. pp. 286–288.

RÉGIÓ ÉS KÖZLEKEDÉS/LOGISZTIKA

GYÖRFFY ILDIKÓ: Az elérhetőség modellezési lehetőségei

Abstract

It is well established – according to several literature and references in the topic of the regional development – that the quality standards of the transport networks are in a strong connection with the economic situation of an area. Through the availability potentials, the transport system can also have an effect on the intensification of the regional connections, therefore its development becomes an important purpose increasingly.

In the study I described the availability position of the 174 Hungarian subregions. To streamline and enlarge the regional road infrastructure would be necessary to improve our competitive potentials and also to assist and increase the economic development processes. Their economic, social and institutional terms have to possess satisfactory internal and external connections.

1. Bevezetés

A regionális gazdaságtani szakirodalom szerint a közúti közlekedési feltételek alakulása szoros kölcsönhatásban áll egy adott térség gazdasági helyzetével. A vonalas infrastruktúra állapota hatással van a belföldi és külföldi befektetések alakulására, ahogyan a gazdasági teljesítmény növekedése is elősegítheti a hálózatok bővítését. A közlekedési infrastruktúra bővítése erősen összefügg a vidék- és területfejlesztéssel, befolyásolhatja a regionális kapcsolatok erősítését, így fejlesztésük iránti igény napjainkban egyre nagyobb szerepet kap (Jensen-Butler C. et al. 2005, Button K.–Hensher D. 2005)

Egy korszerű gazdaság kapcsolatrendszerének a jellemzője a sokoldalú kapcsolatokat nyújtó hálózat. A kiépült, belső kapcsolatrendszer mellett a megközelíthetőség sokirányúsága – amely képes a külső kapcsolatokról származó előnyök felszívására – a térség fejlődése szempontjából alapvető fontosságú. Az elérhetőség szerepe napjainkra jelentősen felértékelődött, mind a hazai, mind a nemzetközi szakirodalom által egyre gyakrabban kutattott terület. Kiindulópontja leginkább annak a kérdésnek a vizsgálata, hogy azok a térségek, amelyek kedvező elérhetőségűek, egyértelműen fejlettebbek-e.

Általánosságban kijelenthetjük, hogy egy hely fekvése kedvezőtlen, ha nehezen elérhető. A téralapú szemlélet mellett az időalapú szemlélet kap egyre nagyobb hangsúlyt, a fizikai távolságok helyett a megtételükhöz szükséges idő kerül előtérbe. A közúthálózat fejlesztésének köszönhetően az ország időtere folyamatosan „zsugorodik”, így az elérhetőséget a közlekedési rendszer fő termékeként is definiálhatjuk, amely többféle módon és tartalommal mérhető (Dusek T.–Szalkai G. 2006, Tóth G.–Kincses Á. 2007).

2. Az elérhetőség modellezési lehetőségei

A területi szerkezet, a területi folyamatok modellezésére számos példát láthatunk a szakirodalomban. A társadalom térbeli jelenségeinek, folyamatainak feltárásához elerjedt módszerek a fizikai analógián alapuló modellek. A potenciálmodell alkalmazása a kvantitatív területi kutatásokban, a természettudományok fejlődésével bontakozott ki, lényege,

* Egyetemi tanársegéd – Miskolci Egyetem Világ- és Regionális Gazdaságtan Intézet.

hogy a társadalom bizonyos jelenségeit általános érvényű természeti törvényekkel magyarázza. Az általam is adaptált gravitációs modell a szociálfizikai elképzelések mentén tömegszerű testekként kezeli a vizsgált társadalmi csoportokat; a Newton által leírt vonzerőt a testek tömege és egymástól való távolságuk függvényében határozza meg (Tagai G. 2007).

Tobler első földrajzi törvénye kimondja, hogy „Minden minden mással összefügg, de a közelebbi dolgok jobban, mint a távoliak”. A földrajztudomány a '70-es években megfogalmazott tétel óta foglalkozik a „közel és távol”, valamint a „jobb összefüggés” definiálásával, kiegészítve a mottót azzal, hogy a nagyobb súlyú jelenségek nagyobb hatást fejtenek ki, mint a kisebb súlyúak (Mucsi L. 2006). A következőkben bemutatott modellekkel ezen vonzerő számszerűsítését kísérelem meg.

A vonzerő meghatározása mellett az egyik legfontosabb feladat az idő tényező bevonása, a tömegek térbeli és időbeli elérhetőségének együttes vizsgálata. Az elérhetőségi modellekről Tóth Géza és Kincses Áron (2007) átfogó áttekintést nyújtott, kiemelve az egyszerű és összetett modellek alkalmazhatósági területeit.

2.1. A megyék lokalitása

Egyes megyeközpontok esetében a kedvező pozíció a központi fekvésből adódik: Debrecen, Pécs, Veszprém, Székesfehérvár és Békéscsaba centrális helyzete is indokolja pozícióikat az egyszerű elérhetőségi mutatókból (eljutási idő a saját kistérségi központból, percben) képzett sorrendben. Az alacsony elérési idők önmagukban azonban nem jelentenek vonzerőt és emellett természetesen ki kell hangsúlyozni, hogy az adott régióba, megyébe tartozók számára nem csak a központba vezető kapcsolatuk javítása képezi a fejlődés zálogát. A vidéki térségek esetében a földrajzi fekvés határozza meg elsődlegesen a közlekedési igények irányultságát. A főváros jelentősége a falvak közlekedési kapcsolatrendszerében valamilyen mértékben (nem mindig távolságarányosan) az országhatárok felé csökken és általában a perifériák gyengén feltárt térségeiben a legkisebb. Elsősorban történelmi okok miatt a magyarországi vidéki térségek nagy többségére jellemző, hogy a legerősebb vonzást a megyeszékhelyek gyakorolják – mindezt a szolgáltatások és a foglalkoztató helyek csoportosulásával is magyarázzák (Erdősi F. 2002).

Budapest több szempontból központi szerepéből adódóan azonban nemcsak a régión belüli mozgásokkal kell számolnunk: Fejér megye északi, Komárom-Esztergom megye keleti, Nógrád megye délnyugati részének településeiről is Budapestre ingáznak. A főváros európai összehasonlításban nézve is társadalmi, gazdasági túlsúllyal küzd, többszörös centrumként funkcionál, mivel központja agglomerációjának, a Közép-Magyarországi régiónak, az országnak és több tekintetben az egész Kárpát-medencének. Ezt a szerepet az infrastruktúra fejlesztése, a gyorsforgalmi utak bővítési tervei nagy mértékben erősítették. Az elsődleges cél azonban nem a központok kulcspozícióinak, hanem a térség jó belső feltárással a helyi lehetőségek kiemelése. A térség központját éppen az teheti fontossá, hogy a gyűrűs-sugaras helyzetét oldva a periférikus helyzetű területek egymással történő összekapcsolásával is elősegíti az egész régió fejlődését (Erdősi F. 2005).

A következőkben a kistérségi központok lokalitási indexének számítását ismertetem. A tiszta elérhetőségi idők szerepeltetése figyelmen kívül hagyja az egyes városok, megyeszékhelyek súlyát, vonzáskörzetét, ellenben a lokalitási mutató ezzel már kalkulál. Az index alkalmazásának hátránya, hogy a gravitációs modellekkel ellentétben nem tudja kezelni a távolság növekedésének problémáját, amellyel egyes távoli célterületek elérésének valószínűsége folyamatosan csökken (Tóth G.–Kincses Á. 2007). Törekedve arra, hogy kiküszöböljem valamelyest a modell azon problémáját, hogy nem tesz különbséget a közeli

és távoli célpontok között, a megyeszékhelyek lokalitási indexét külön-külön állapítottam meg a saját kistérségi központokra vonatkozóan, kisebb távolságokat figyelembe véve, csökkentve így a torzulást.

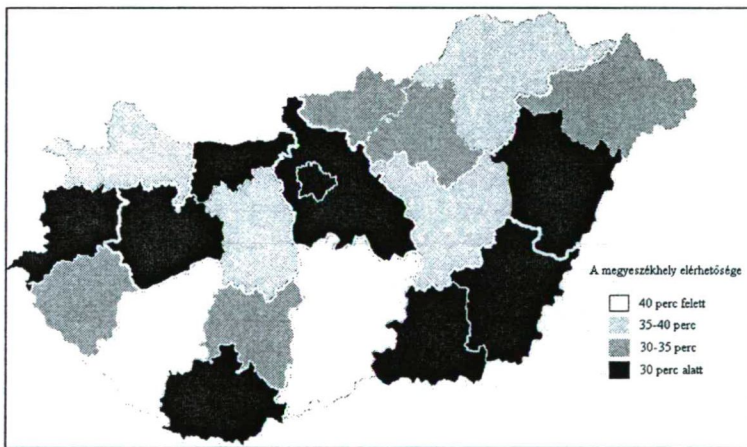
A lokalitási mutató tehát súlyozott elérhetőséget mutat, ahol az elérni kívánt tömeggel (pl. népességgel, jövedelemmel) is kalkulálunk. Az index az

$$A_i = \frac{\sum_{j=1}^n (c_{ij} W_j)}{\sum_{j=1}^n W_j}$$

összefüggéssel számítható ki, ahol A_i jelenti a térség elérhetőségét, c_{ij} az i és j pont közötti elérhetőségi idő, W_j a súlytényező, jelen esetben a népesség.

A számítások alapján legjobb indexekkel Debrecen és Pécs rendelkezik, Fejér megye kistérségei ezzel szemben kisebb tömegű népességet érnek el rövidebb idő alatt.

A térképen kirajzolódik, hogy a megyeszékhelyek centralitása nincs összhangban az országos elérhetőségükkel. Egy megyeszékhely lehet jó elérhetőségű a közigazgatásilag hozzá tartozó kistérségek számára annak ellenére, hogy az országos elérhetősége mérsékelt periferikus (1. és 2. ábra).



1. ábra. A megyeszékhelyek megyén belüli elérhetősége lokalitási index alapján
(Forrás: saját számítás)

Tekintettel arra, hogy a modellel csupán a megyén belüli lokalitás alapján képezhetünk sorrendet, célszerű összetett elérhetőségi modellt választanunk, amellyel megállapítható, hogyan változik az országon belül a központok vonzereje a távolság növekedésével.

2.2. Gravitációs és potenciálmodell

A térségi potenciálmodell a települési, illetve regionális tömegek (általában a népességszám, vagy a GDP abszolút volumene) a térségek közötti távolságok alapján generalizálja a teret. E modell szerint azok a helyek, térségek minősülnek a legjobb helyzetűeknek, (a legnagyobb potenciálúaknak), amelyek maguk is nagy gazdasági erőt tömörítenek vagy a legfontosabb erőközpontok közelében fekszenek (Dusek T. 2004, Nemes Nagy J. 2005, Nagy Z. 2007).

A magyarországi centrumperiféria-vizsgálatokhoz a centrális index potenciálmódszer-
verziójának alkalmazása egy lehetséges módszer (Tóth G. 2006). A témával foglalkozó
modellek abból indulnak ki, hogy a gazdasági tevékenység intenzitása részben magyaráz-
ható a térségi központi szerepet betöltő várostól számított távolsággal.

A centralitási indexeket a kistérségekre vonatkozóan számítottam ki. A központok és
megyeszékhelyek közötti elérési idővel szemben ezzel a módszerrel valós képet kapunk,
mivel az elérhető célok tömegét is figyelembe vesszük.

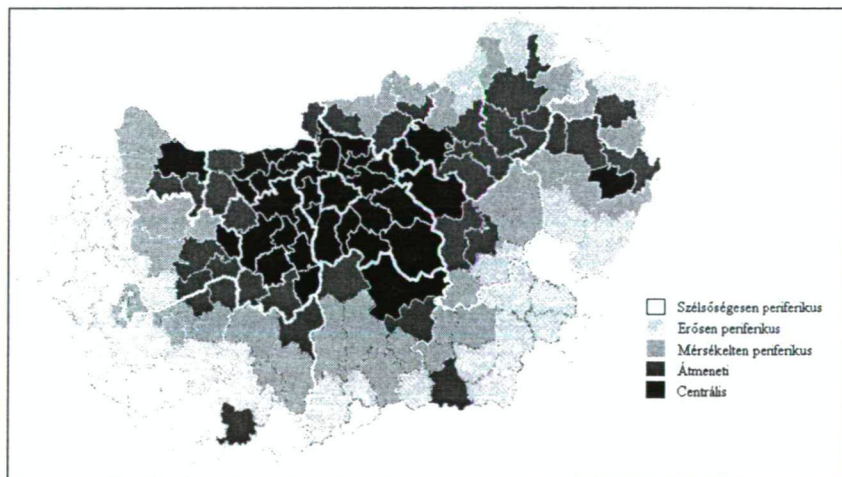
A számításához szükséges belső és külső potenciál megkülönböztetése a vizsgálati terület
és az azt kívülről befolyásoló tér erejének külön-külön történő meghatározásához szükséges.
Az említett külső potenciál számításával nem csupán Magyarország közúthálózatát, hanem
tágabb vizsgálati körön belüli helyzetet határozhatunk meg (Nemes Nagy J. 2005, Tóth G.–
Kincses Á. 2007). Tekintettel arra, hogy a magyarországi kistérségek elérhetőségét vesszük
alapul, a következőkben a saját, illetve belső potenciál meghatározására kerül sor.

A saját potenciál meghatározása azért is indokolt, mert a helyi lakosság is lehet fontos
felvevőpiac, nem kell minden terméket, szolgáltatást az adott térségből elszállítani (Tóth
G. 2006). A tér adott pontjában mért helyfüggő potenciál mértéke függ attól – a körülötte
bizonyos távolságokra elhelyezkedő tömegek mellett –, hogy mekkora erőteret képes maga
körül gerjeszteni. A kistérség belső elérhetőségi potenciálja az adott kistérségi településről
elérni kívánt tömege a közút jellegének megfelelően, percben. A területi ellenállási ténye-
zővel a két pont között leküzdendő távolságot fejezzük ki, segítségével különbséget tehe-
tünk az adott területen és azon kívül elhelyezkedő célok között.

A *belső potenciál*, valamint a *saját potenciál* összegéből a következőképpen határozhat-
juk meg a kistérségre vonatkozó *centralitási indexet* gravitációs analógián alapuló model-
lel, lineáris ellenállási tényezővel:

$$A_{i1-2} = \frac{W_i}{c_{ii}} + \sum_j \frac{W_j}{c_{ij}},$$

ahol A_{i1-2} az i lokalitás elérhetőségi mutatója, W az elérni kívánt tömeg (népesség), $f(c_{ij})$
ellenállási függvény, c_{ij} az i és j lokalitások közötti utazási idő, percben. A térképen jól
kirajzolódik, hogy a legtöbb periférikus elhelyezkedésű kistérség Észak-Alföldön és Dél-
Dunántúlon található, Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, Vas, illetve Somogy megyében.



2. ábra. A kistérségek centralitása 2007-ben (Forrás: saját számítás)

A centralitási indexek szórásának terjedelmét öt kategóriába felosztva a kistérségeket Tóth Géza (Tóth G. 2006, Tóth G.–Kincses Á. 2007) nyomán centrális, átmeneti, mérsékelt periférikus, erősen periférikus, szélsőségesen periférikus csoportba osztottam, majd ebből határoztam meg a megyei, valamint regionális értékeket. A közúti, lineáris ellenállási tényezővel számított elérhetőség szempontjából Budapest és agglomerációja centrális szerepe emelhető ki, de fontos szerepük van a vidéki megyeszékhelyek kistérségeinek is.

Egy-egy nagyváros hatóközponti szerepe a térségben szembetűnő – pl. a Szegedi, Pécsi kistérség esetében. Mivel a modell lényege, hogy azok a térségek kerülnek jobb elérhetőségi kategóriába, amelyek rövidebb idő alatt érnek el nagy tömegeket, egy-egy központi kistérség és vele szomszédos településcsoportok helyzetére, illetve összekötetéseikre vonatkozóan is vonhatunk le következtetéseket: az átmeneti csoportba tartozó Pécsi kistérséget körülvevő térségek szélsőségesen periférikus kategóriába tartoznak. Pest megye egyetlen kistérsége, a Szob székhelyű térség tekinthető átmenetinek, rajta kívül az összes kistérség a centrális kategóriába tartozik, de kiemelhető Fejér, illetve Komárom-Esztergom legtöbb településcsoportja is központi szerepet tekintve a 2007-es értékek alapján.

Mindemellett fontos kihangsúlyozni, hogy a centrális-perifériális helyzet mindig relatív. A tér abszolút, vonatkoztatási pont nélküli helyzet nincs (Nemes Nagy J. 2005). Kedvező vagy kedvezőtlen helyzetről, pozíciójáról a kistérségek esetében tehát más térségek viszonylatában beszélhetünk. Az elérhetőség javulásával, a közlekedési hálózatok bővítésével továbbra is maradnak rosszabb, illetve jobb elérhetőségű területek. További kutatásaim során azt vizsgálom, hogy a földrajzi értelemben vett centrum-periféria viszonyok milyen mértékben fedik le a gazdasági értelemben vett centrum- és periféria térségeket, egybeesik vagy elválik a helyzeti és függési tartalom viszonya.

Irodalomjegyzék

- Button, K.–Hensher, D. (2005): Handbook of Transport Strategy, Policy and Institutions. Elsevier Ltd, London.
- Dusek T. (2004): A területi elemzések alapjai. ELTE Regionális Földrajzi Tanszék, MTA-ELTE Regionális Tudományi Kutatócsoport, Budapest.
- Dusek T.–Szalkai G. (2006): Az időtér és a földrajzi tér összehasonlítása. Tér és Társadalom, XX: évf., 2. szám, pp. 47–63.
- Erdősi F. (2005): Magyarország közlekedési és távközlési földrajza. Dialóg Campus Kiadó, Budapest.
- Erdősi F. (2002): Gondolatok a közlekedés szerepéről a régiók/városok versenyképességének alakulásában. Tér és Társadalom, XVI. évf. 1–2. pp. 135–159.
- Jensen-Butler, C. N. Madsen B. (2005): Transport and regional growth in Handbook of Transport Strategy. Elsevier Ltd, London.
- Mucsi L. (2006): Táj, környezet és társadalom (szerk.: Kiss A., Mezősi G., Sümeghy Z.), Szeged.
- Nagy Z. (2007): Miskolc város pozícióinak változásai a magyar városhálózatban a 19. század végétől napjainkig. Debreceni Egyetem.
- Nemes Nagy J. (2005): Regionális elemzési módszerek. Regionális Tudományi Tanulmányok 11. MTA-ELTE.
- Tagai G. (2007): A potenciálmodell erőnei és korlátai a társadalomkutatásban. Tér és Társadalom, 2007/1. pp. 117–130.
- Tóth Géza (2006): Centrum-periféria viszonyok vizsgálata a hazai közúthálózaton. Területi Statisztika 9. 46. évf., 5. szám, pp. 476–493.
- Tóth G.–Kincses Á. (2007): Elérhetőségi modellek. Tér és Társadalom XXI. évf. 3. szám, pp. 51–87.

Miszlay Zsolt:^{*} Magyarország vasúti infrastruktúrájának alakulása Trianon és a Bécsi döntések tekintetében

Abstract

The 4th of June 1920. dictated peace of Trianon's forced onto Hungary the borders and developed structures were 1938 between 1941 they changed again as a result of feedbacks.

The railway system forming Hungary's traffic spine played a deciding role in the forming of the borderlines, his planning. The regional directions between 1920–1947, border modifications at the same time not Hungary meant his changes to his railway system only. The railway infrastructure changed it in a big measure and not in a last row the service staff's situation.

Present lecture shows it the border changes background caused by, the railway infrastructure presents his establishment, with a strange look onto the employees' situation.

Az 1920. június 4-én Magyarországra kényszerített trianoni békediktátum által megvont határok és kialakított struktúrák az 1938 és 1941 közötti terület visszacsatolások következtében újból megváltoztak.

A Magyarország közlekedési gerincét képező vasúthálózat döntő szerepet játszott a határvonalak kialakításában, megtervezésében. Az 1920–1947 közötti területi rendezések, határmódosítások ugyanakkor nem csak Magyarország vasúthálózatának változásait jelentette. Nagy mértékben átalakította a vasúti infrastruktúra és nem utolsósorban a kiszolgáló személyzet helyzetét.

Jelen előadás a határváltozások okozta hátteret, a vasúti infrastruktúra alakulását mutatja be, különös tekintettel az alkalmazottak helyzetére.

A trianoni békeszerződés aláírásának idején – és még hosszú ideig – a vasút volt az ország közlekedésének gerince. Ezen okból a trianoni békediktátummal az utódállamoknak könnyű volt a magyar vasúthálózatot megbéníttatni, minthogy az átlós összeköttetéseket az új határok megvonásával elszakíthatták. A trianoni országhatár közel 50 vasútvonalat a nyílt vonalon vágott át, közülük többet a rendelkező állomások és a csomópontok előtt.

Trianon hatása Magyarország gazdaságára, vasúthálózatára

A politikai és diplomáciai eseményeket mellőzve térnék ki jelen tanulmányomban a gazdaságot jelentős mértékben befolyásoló vasúti közlekedési viszonyokra.

Az 1920. június 4-én bekövetkezett trianoni területi és népességi veszteségek számadatai nem fejezik ki teljességében Magyarország teljes veszteségét. A trianoni határok az ország szétarabolása során megbontották és szétszakították a Kárpát-medence területi egységét, az alföld és hegyvidéki területeket, azoknak egymást természetes módon kiegészítő jellegzetességét.

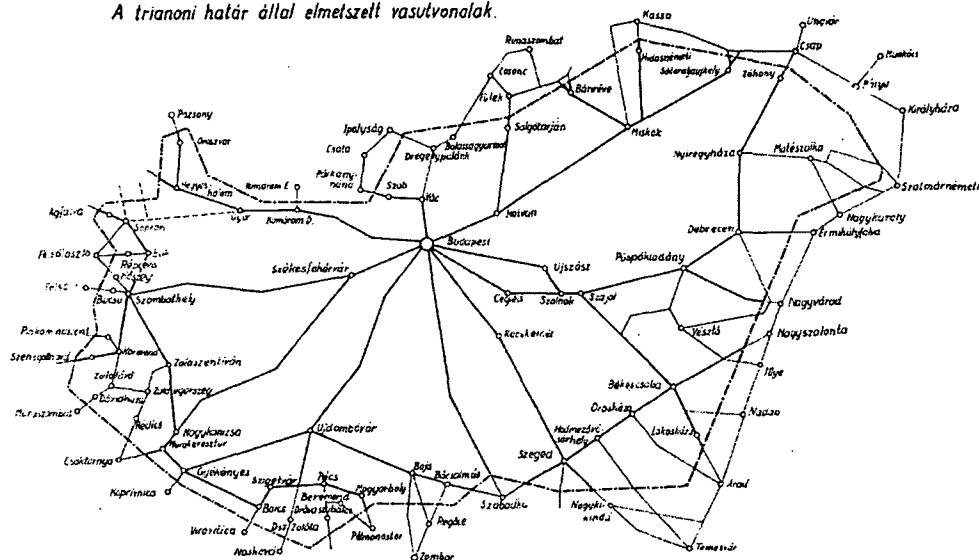
A közvetlen gazdasági veszteségek között az egyik legsúlyosabb következmény az ipari potenciál vesztesége. Több mint a fele került az utódállamokhoz, valamennyi sóbánya, a

^{*} Főmuzeológus, PhD doktorjelölt – Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum.

vasércbányászat csaknem teljesen, az ásványi fűtőanyagok jelentős része lett a trianoni győzteseké. A békeszerződésben megállapított határ közelében lévő nagyobb városok, amelyek a gazdasági élet és a kultúra központjai voltak, az utódállamoké lettek, túlnyomóan magyar lakosságukkal. Magyarország szétszaggatásával megszűnt a gazdasági egység, a forgalom, a folyamszabályozás, a vízgazdálkodás és az erdőgazdálkodás rendszere.

A trianoni békediktátum következtében Magyarország elvesztette közlekedési infrastruktúrájának nagyobbik részét, amely az utódállamokhoz került. A hirtelen összezsugorodott hálózat nemcsak méretében változott, hanem szerkezetében torzult, ezért jóval kedvezőtlenebb lehetőségeket biztosított a közlekedésre. A megmaradt, jóval kisebb infrastruktúra üzemeltetése kevésbé lehetett gazdaságos. Az elcsatolásból adódó veszteségeket az országot megszálló idegen hadseregek harácsolásai tették teljessé. Az ország közlekedésének trianoni veszteségei nagyjából ugyanolyan mértékűek voltak, mint területi veszteségeink. A vasúthálózatnak csak 38%-a, a járműállomány 44%-a maradt meg.

A trianoni határ által elválasztott vasútvonalak.



1. térkép. A trianoni határ által elválasztott vasútvonalak

A trianoni határok mintegy félszáz magyar vasútvonalat vágtak ketté,¹ elszakították egymástól a nagyvárosokat és mezőgazdasági környezetüket. A megmaradt normál vonalhossz 8705 km-t tett ki.

Hasonlóan súlyos veszteségek érték a hazai vasút járműállományát és egyéb berendezéseit. A MÁV 4887 gőzmozdonyából 1528 db, 4725 személykocsijából 2031 db, 36 866 teherkocsijából 16 294 db maradt. Igen nehéz helyzetbe kerültek az elszakított területeken szolgálatot teljesítő magyar vasutasok, közülük sok ezer család a menekülést választotta, egy részüket el tudta helyezni a MÁV, más részüket nyugdíjazták. Az országcsönkítés utáni időkben közlekedési szempontból a megmaradt vasúti pályák, berendezések és a

¹ Lásd: 1. térkép, Forrás: Mezei István szerk. (2005): A magyar vasút krónikája a XX. Században, MÁV ZRt. Budapest, 75. p.

járműpark elfogadható állapotba helyezése volt az elsődleges. E mellett, a megmaradt vonalak helyreállítása után – szükségképpen – új vonalrészek építésére is sor került.

A trianoni határok megvonásában a vasútvonalak meghatározó jelentőségűek voltak: a határok összes hosszának kb. 40%-ánál – közel 1000 km-en – a vasútvonalak voltak a legfontosabb tényezők. Ebben az utódállamok gazdasági, illetve stratégiai érdekei érvényesültek. Az elcsatolt egyes vasútvonalak felhasználásával szomszédaink hamarosan egységes vasútrenszert alakítottak ki, amely a trianoni határral párhuzamosan haladva lehetővé tette, hogy a vasúti forgalom elkerülje Magyarországot.

A vasúti infrastruktúra, valamint a vasúti személyzet helyzete

A trianoni döntés következtében legelőször is az új határállomásokat kellett megépíteni, felszerelni, üzemi épületekkel ellátni, megfelelő személyzettel benépesíteni, hogy azok alkalmasak legyenek az átmenő forgalomra, a MÁV pedig elláthassa az európai forgalomra váró feladatokat.

A kifosztott ország azonban a beruházásokra szükséges anyagiakat csak nehezen tudta biztosítani. Növelte a vasút gondjait az utódállamok területéről kiutasított alkalmazottak nagy száma, amit csak erőszakos státuszrendezéssel, kényszernyugdíjazással lehetett csökkenteni. Mindezek pedig hatalmasra növelték a MÁV-ra háruló nyugdíjterheket. Mégis a világválság ellenére gyorsan talpra állt a magyar vasút. 1925–1930 között megkezdődött a vasúti felépítmények korszerűsítése és ez a munka a második világháború kitöréséig folyamatos volt. Követelte ezt a megjelent versenytárs, a közúti szállítás.

A sínrendszerek korszerűsítésén kívül a harmincas évek elején megszülettek a korszerű kitérőtípusok, bár egyelőre csak a fővonalakon kerültek beépítésre. Ugyanígy átépítésre, megerősítésre kerültek a vasúti hidak is az anyagi lehetőségek függvényében. A MÁV az erősen elhasználdott mozdonyait folyamatosan selejtezte, azonban nagyobb arányú mozdonybeszerzésre csak a második világháború éveiben került sor. A Budapest–Hegyeshalom vasútvonal villamosítása mellett nagy jelentőségű volt a motoros üzem fejlődése is. Ennek keretében a mellékvonalakon is lehetővé vált a személy- és teherforgalom szétválasztása. A kisforgalmú vonalakon a személyforgalom nagy részét motorkocsikkal bonyolították le, amelyekkel a személyvonatok utazási sebességét kétszeresére lehetett növelni. A fővonalakon is megjelentek a motoros vonatok, a Ganz-gyár megteremtette a nemzetközi forgalomra is alkalmas gyorsnáautóbuszát, az ún. Árpád-típusút, amelyek itthon és külföldön is egyaránt elismerést arattak.

Ezzel szemben rossz helyzetben volt a MÁV a teherkocsik helyzetét illetően. 1938-ban összesen 43 000 teherkocsival rendelkezett a MÁV, sokkal korszerűbbnek mondható a nemzetközi áruforgalom céljaira használt, kompon való szállításra is alkalmas hűtőkocsik, valamint a katonai járművek szállítására alkalmas kocsik tekintetében.

Eléggé korszerűtlen volt a magyar vasutak távközlési rendszere. Az üzletvezetőségek és a vonali állomások között az értekezés eszköze csaknem kizárólag a távíró volt, a telefonkapcsolat csak a jelentősebb csomópontokkal épült ki. Csak közvetlenül a második világháború kitörése előtt építették ki az Államvasutak rádiótávíró hálózatát az igazgatóság és az üzletvezetőségek, illetve a legfontosabb csomópontok között.

A személyzet helyzetét könnyítendő kezdett a MÁV nagy lakásépítésekbe. Ez azért is fontos volt, mert az elszakított területekről menekültek lakáshoz való juttatása nagy gondot jelentett nemcsak az országnak, hanem a MÁV-nak is. Évekig egy-egy állomás mellékvágányán félreállított vagonokban laktak a menekültek. Létszámukra jellemző, hogy 1920-ban 4387 vasúti vagon foglaltak el és még 1922-ben is 2245 teherkocsiban voltak vagon-

lakók. Egészen 1927-ig vették igénybe a menekültek vasúti vagonokat. A MÁV arra törekedett, hogy a szolgálati helyek közelében juttassa lakáshoz az alkalmazottait, amennyiben ott nem volt megfelelő számú, akkor ezek építésével igyekeztek kielégíteni az igényeket. Az új lakások elosztásánál az üzemi érdekek mellőzésével nem egyszer a szociális szempontokat érvényesítették. Azokat juttatták lakáshoz, akik egészségügyi, családi vagy más szociális szempontból a leginkább rá voltak szorulva. Az infláció miatt a vasút nem tudott megfelelő bérezést adni alkalmazottainak, annak ellenére, hogy a fizetést és a különféle pótlékokat rendszeresen emelték, esetenként rendkívüli segílyt adtak nemcsak a tényleges alkalmazottaknak, hanem a nyugdíjasoknak és a vasutas özvegyeknek is. A MÁV természetbeni ellátással igyekezett alkalmazottainak anyagi helyzetén javítani, évenként több alkalommal kedvezményes élelmiszer ellátást, tüzelőanyagot, ruha-, szövet- és cipővásárlási akciókat szervezett. Ingyen szállította haza a vasutasok tüzelőjét. Budapesten kedvezményes villanyáram-tarifában részesültek a vasutasok.

Fontos kérdést jelentett a magyar vasutak háborús feladatait illetően, hogy a hazai vasutakat és személyzetüket katonai feladatokra a harmincas évek második feléig nem is készítették fel. Részben, mert a trianoni békeszerződés teremtette körülmények és a békeszerződés által támasztott feltételek ezt nem engedték, részben azért, mert a magyar vasutak az akkori katonai elképzelésekben számottevő feladatot nem is kaptak. Változott azonban a háborús feladatokkal kapcsolatos elképzelés az 1938 márciusában meghirdetett 1 milliárd pengős győri kormányprogram meghirdetésével, amelynek legfőbb célja ugyan a hadsereg korszerűsítése volt, de a beruházási összegből jelentős rész jutott a magyar vasúti közlekedés fejlesztésére is.

A vasutasság számára szigorúan tilos volt a kapcsolat a munkásmozgalommal, akiről ez kitudódott, azt elbocsátották. A közel 53 ezer, jórészt az első világháborút már megjárt katonavasutas számottevő tömeget jelentett, ugyanakkor ez a személyzet valóban második hadsereg volt, akiknek még békeidőben is gyakran kellett kényes feladatokat ellátnia. Ilyen feladat volt a magyar hadsereg tiltott fegyvereinek rejtegetése és szükség esetén a népszövetségi ellenőrök előli elszállítása. Ismert, hogy a trianoni békediktátum megszabta, hogy milyen fegyverzet lehet a magyar honvédségnek, ezt időnként ellenőrizték is a népszövetség ellenőrei. A megengedettnél nagyobb kaliberű ágyúkat, több fegyvert az ellenőrök megérkezése előtt vasúti szerelvényekbe rakták és mindig ellentétes országrészre irányították az ilyen vonatokat, mint ahol az ellenőrök jártak. Hasonlóképp rejtegették és szükség esetén utaztatták a páncélvonatok kocsijait is, nem egyszer hűtökocsinak álcázva.

A vasutasság egy részének ugyanakkor más szerepet is szántak. Mivel a katonai kiképzést is korlátozta a békeszerződés, ezt különböző sportszervezetekben folyó kiképzéssel igyekeztek pótolni. Az egyes telepállomások, csomópontok vasutas lövészcsoportjai jelentős létszámmal rendelkeztek.

A korábbiakban már említett győri program idején oldotta fel a Népszövetség Magyarországot a fegyverkezési korlátozások alól. Azonnal megkezdődött az ország fegyverkezési programja, amelynek keretében fokozták a fiatalság előképzését a katonai szolgálatra. Ennek az előkészítésnek volt a szervezete a levente-mozgalom, amelyben a vasúti tanonciskolák is jelentős mértékben közreműködtek. Az 1939-es új honvédelmi törvény elfogadásával megkezdődött a műhelyi tanoncok körében is a leventemozgalom erősítése.

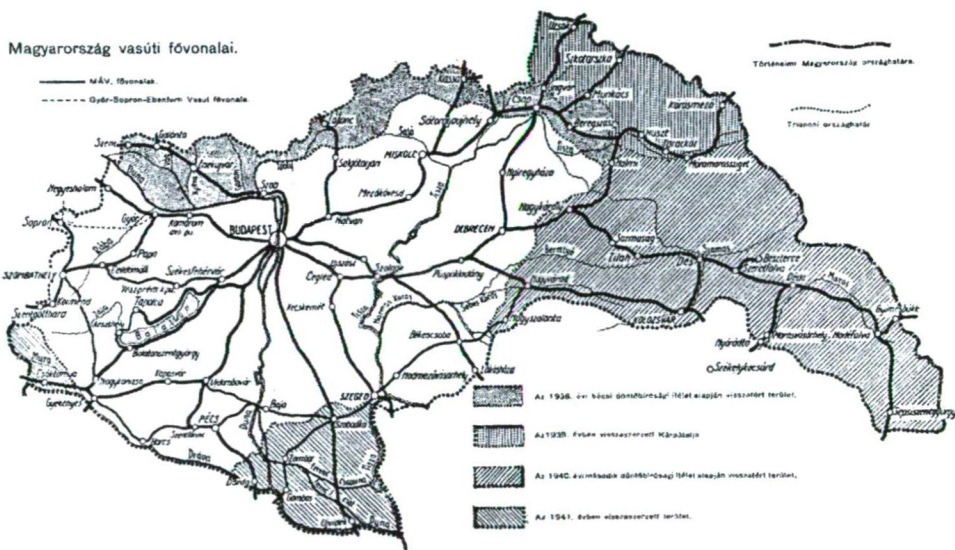
A magyar vasutasok táborában egy különleges csoportot alkottak a csaknem kizárólag a végrehajtó forgalmi szolgálathoz beosztott, úgynevezett „Gömbös-katonák”. Nevüket onnan kapták, hogy a Gömbös-kormány idején katonai szolgálatra önként jelentkezett fiatal emberek voltak, akik azonban az általános hadkötelezettség bevezetésekor, s ezzel együtt a honvédség átszervezésekor lehetőséget kaptak, hogy válasszanak a különböző felkínált állami alkalmazási lehetőségek közül. Jelentkezhetek pénzügyőrséghez, postához, fegyőr-

nek, vagy vasutasnak is. Igen jelentős számban vett fel a vasút a harmincas évek második felében ilyen férfiakat vasúti szolgálatra, akik később a honvédség altiszti, vagy tisztesi állományában jelentős szerepet kaptak. Behívásukra azonban csak akkor került sor, amikor már közvetlenül felmerült annak lehetősége, hogy területi revízióval a Trianonban elcsatolt országrészek egy részét és velük a vasútvonalakat visszakapjuk.

Mindez azonban egy következő tanulmány anyagát képezi. Előadásom végén röviden ismertetném a területrevízió és az ennek következtében kialakult vasúthálózati helyzetet.

Vasút és területrevízió

A Trianon utáni Magyarország területének és ezzel vasúthálózatának növekedése az 1938. és 1940. évi bécsi döntéseknek, továbbá Kárpátalja 1939. évi és a Délvidék 1941. évi visszaszerzésének nyomán következett be.²



2. térkép. Magyarország vasúti fővonalai 1938–1941

Magyarország második világháborús szerepvállalását nagyban előidéző szövetségi rendszer és katonai, politikai helyzet eredményeképpen került sor az első bécsi döntésre 1938. november 2-án. A döntéssel Magyarország megkapott a felvidéki területtel együtt 1042 km hosszúságú normál- és 42 km keskeny nyomtávolságú vasútvonalat. Ezzel visszakerült a Budapest-Pozsony fővonal Budapesttől Szencig terjedő része, továbbá újra a hazai vasúthálózat része lett Érsekújvár, Losonc, Kassa. A vasúthálózat ezzel közel 9000 km-re növekedett.

1939 kora tavaszán a kárpátaljai területi revízió is megtörtént. A visszacsatolással újabb 1362 km hosszúságú normál- és 218 km keskeny nyomtávolságú vonallal gyarapodott a magyar vasúthálózat, elérve a 10 582 km-t. Kárpátalján a visszacsatolás révén az ungvár–

² Lásd: 2. térkép, Forrás: Lovas Gyula szerk. (1996): Magyar vasutak a II. világháború éveiben. MÁV Rt. Budapest, 16.p.

uzsoki, a munkács–szkotárszakai és a csap–huszt–körösmezei fővonalak teljes hosszban magyar területre kerültek. Ismét magyar területen működött a közel 80 km hosszú Taracvölgyi Erdei Vasút. Ezen felül 1940-ben Taracköz és Aknaszlatina között egy új, 16 km hosszú, normál nyomtávolságú vasutat építettek.

A második bécsi döntés értelmében 1940. augusztus 30-án Észak-Erdélyt és Székelyföldet Magyarországhoz csatolták. E döntéssel Magyarország 1860 km normál, valamint 423 km keskeny nyomtávolságú vasúttal gyarapodott és a teljes vasúthálózat hossza 12 864 km lett.

A két világháború közötti magyar területrevízió utolsó mozzanata volt a Délvidék 1941-es megszállása. A Bácska, a Muraköz és a baranyai háromszög elfoglalásával az új természetes határt délen a Dráva, majd a Duna, keleten a Tisza képezte. E területek visszacsatolásával a MÁV vonalhálózata 1147 km-rel növekedve, elérte a 12 742 km-t. A teljes magyar vasúthálózat pedig 14 012 km lett, ebből 12 784 km volt normál-, 1227 km pedig keskeny nyomtávolságú. A délvidéki vasútvonalak visszacsatolása lehetővé tette a Dunántúl közvetlen vasúti összeköttetését Nagyvárral és Kolozsvárral.

A második világháborút lezáró párizsi békeszerződés 1947-ben a trianoni határokat határozta meg ismét Magyarország számára, amellyel kialakult a mai Magyar Köztársaság államhatára, vasúti hálózatának és infrastruktúrájának visszarendezésével együtt.

Irodalomjegyzék

- Czére Béla (2000): Magyarország közlekedése a 20. században I. Budapest.
 Gergely Jenő–Pritz Pál (1998): A trianoni Magyarország, 1918–1945. Budapest.
 Horváth Ferenc (1991): A magyarországi vasúthálózat változásai a két világháború közötti időszakban (1920–1944). In: Vasúthistória Évkönyv.
 Keleti Dénes: A megcsönkített államvasutakról. In: MMÉE Közlönye 55. kötet. 26. sz.
 Lovas Gyula (szerk.) (1996): Magyar vasutak a II. világháború éveiben. MÁV Rt. Budapest.
 Miszlai Zsolt (2007): Az észak-erdélyi vasúthálózat rekonstrukciója a terület visszacsatolás tükrében. In: Gulyás László–Gál József: Európai kihívások IV. SZTE Mérnöki Kar, Szeged.
 Magyar Statisztikai Közlemények 1920–1944. Magyarország Vasutainak Állapota.
 Magyar Vasúttörténet 1846–2000. (2000): MÁV Rt. Budapest.
 Majdán János (1987): A „vasszekér” diadala. Budapest.
 Majdán János (1997): Vasút a Dunától a Dráváig, MÁV Rt. Budapest.
 Mezei István (szerk.) (2005): A magyar vasút krónikája a XX. Században, MÁV ZRt. Budapest.
 Unyi Béla (1989): Vasúthálózatunk alakulása 1914-től napjainkig. Budapest.

BAJOR TIBOR:^{*} A területfejlesztés folyamatának logisztikai elemei

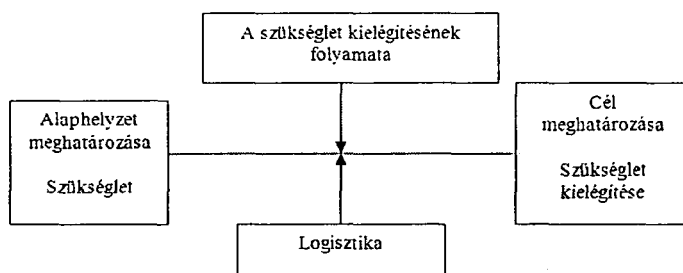
Abstract

The basic rules of the logistique are adaptable as in developing affairs, as in all affairs, realised in a purposive, organised way in the society. Administrative activities and polity are built by a logic system and realised in the frame of the society. Important, the results of the developing policy can not differ much from the needs of its environment, otherwise the adaptation of the development will be pending, and however, the result will have a back-lash. That's why we have to aspire to the balance between the developing mind and environmental needs.

1. Bevezetés

A logisztikát sokan úgy képzelik el, mint egy lineáris folyamatot, melyet a kiindulóponttól a célig logikus lépések sorozata jelenít meg. Pedig a logisztika, mint tevékenység nem egyszerű lineáris folyamat, hanem egyszerre történik térben és időben. Nem az egyenkénti lépések határozzák meg a folyamatot, hanem a kiindulóponttól a meghatározott cél eléréséhez szükséges leghatékonyabb lépések sorozata: ez egy szervezési folyamat és feladat. A konkrétan jól meghatározott kiindulópont és cél, valamint a cél eléréséhez vezető feltételrendszer/környezet egzakt meghatározása és célirányos megszervezése nélkül maga a folyamat eredményesen nem valósítható meg!

1. Általánosságban az alábbi ábra szerint írhatjuk le a logisztika folyamatát:



Logisztikai rendszer. Szerkesztette: Bajor Tibor 2008.

2. Társadalmi folyamatokra vetítve:

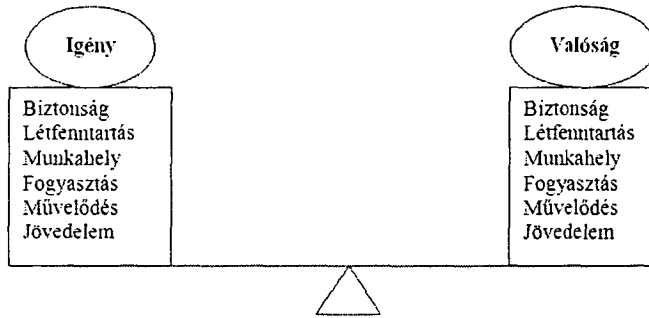


Szerkesztette: Bajor Tibor 2009.

^{*} PhD-hallgató – Pécsi Tudományegyetem.

Az állam-, és közigazgatás tulajdonképpen egy társadalmi szükséglet kielégítése = Az ország egész területére kiterjedő társadalmi, gazdasági, környezeti folyamatok befolyásolása egy bizonyos cél elérésének érdekében

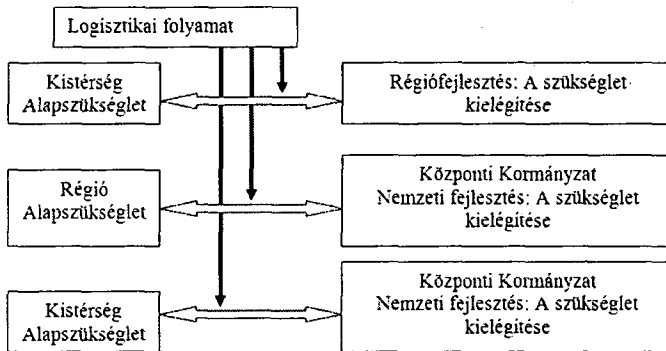
3. Társadalmi szükséglet és igény egyensúlya



Szerkesztette: Bajor Tibor 2009.

Az egyensúlyi helyzetből az is következik, hogy nem lehet magasan a ténylegesen meg-lévő szükségletek fölé „emelni” a fejlesztéseket, mert az akkor az ellenkező irányba kibil-len az egyensúlyi állapotot. Az igény és a valóság közötti különbség átveszi a hajtóerő szerepét és megindul egy társadalmi folyamat.

4. Mindez a területfejlesztés folyamatában az alábbiak szerint fogalmazódik meg.

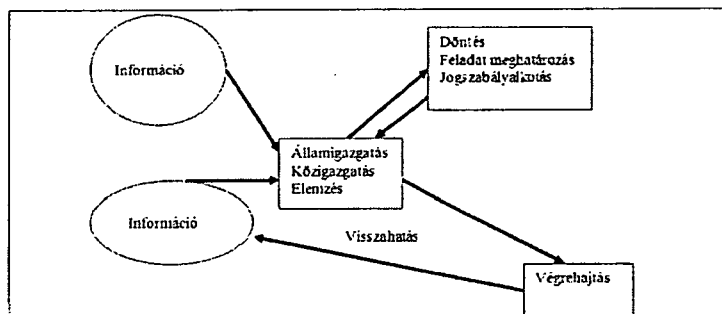


A területfejlesztés elméleti logisztikai rendszere. Szerkesztette: Bajor Tibor

Az állam-, és közigazgatás: szolgáltatás, igazgatás, végrehajtás, amit az állam a szervezeti rendszerén keresztül nyújt a polgároknak és a legkülönbözőbb szervezeteknek. Vagy saját szervei által, vagy más szervek által, de a közigazgatás a más szervek tevékenységében is ott van: ha másképp nem, a jogalkotáson keresztül.

Ha az állam- és közigazgatás folyamat, akkor a logisztika fogalmi rendszerébe beilleszthető. Az államigazgatás főrendszerében a közigazgatás, mint különböző alrendszerek foglalnak helyet. Az alrendszerek pedig egymástól független részrendszerekre bonthatók (ország – régió – kistérség) Az alrendszer alapeleméből épül fel. (település) Az elemek a vizsgált rendszer legkisebb, tovább nem bontható részei, amelyek pontosan meghatározott tulajdonságokkal rendelkeznek.

5. Az állam-, és közigazgatás folyamata



Szerkesztette: Bajor Tibor 2008.

A logisztikai rendszerek működésének elemzésekor a rendszerelmélet alapján lehetőség adódik a különböző logisztikai rendszerek felépítésének, kapcsolatrendszerének elemzésére és így felismerhetők az eddig fel nem tárt közös problémák, valamint olyan összefüggések, kapcsolatok, amelyek különben csak nagyon nehezen vagy egyáltalán nem lettek volna felismerhetők.

Az állam- és közigazgatás rendszerén belül az idő függvényében végbe menő mennyiségi, minőségi változások, azok a folyamatok, melyeket az állam- és közigazgatás gyakorlása közben elemezni kell és a szükséges beavatkozásokat egy meghatározott cél érdekében el kell végezni.

Az állam- és közigazgatás környezeti kapcsolataikat tekintve nyílt, dinamikus, időben változó, térbeli struktúrájukat tekintve elágazásos rendszerek, amelyek anyagi és informatikai kapcsolatokat valósítanak meg. Állandó és mozgó alapelemekből állnak.

2. Logisztikai folyamatok alrendszerei az állam- és közigazgatásban

Mikrologisztikai (települések) rendszerek.

Makrologisztikai (régiók) rendszerek: mikrologisztikai rendszerek halmaza alkotója, mint alrendszer.

Metalogisztikai (ország) rendszer: a makro rendszer szintjei felett helyezkedik el, az ellátási (beszerzési), elosztási (értékesítési) vagy állam- és közigazgatási láncban közreműködő szervezetek logisztikai alrendszereinek együttműködéseként jönnek létre.

Nikodémusz Antal által megfogalmazott fogalom a korábbi fogalmak határát kibővíti, és ezzel alkalmassá teszi a közigazgatás befogadására:

„A logisztika összefüggő gazdasági és társadalmi folyamatok átfogó, egyben integrált kezelésének tudománya. Célja – a mikro- és makrokörnyezet hatásvizsgálataira folyamatosan támaszkodva – a lehetséges maximális gazdasági és társadalmi eredmény elérésére” (Nikodémusz Antal 2002).

Az államigazgatás egy logikailag felépíthető dinamikus folyamat, melynek gazdasági, társadalmi és idő kockázata van. Ezért én úgy fogalmaznék, hogy a logisztika:

- Egzakt módon meghatározott
- társadalmi és természeti viszonyok között kialakult és megfogalmazott
- igény/szükséglet kielégítésének célirányos és hatékony hierarchizált folyamata.

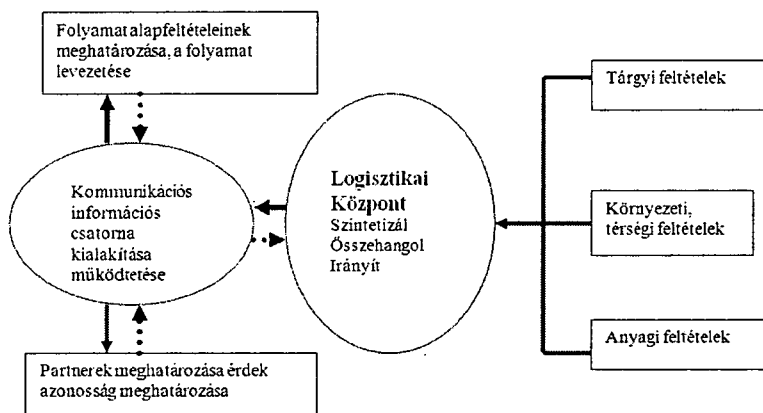
A folyamat tartalmát, formáját és időtartamát az igény/szükséglet milyensége határozza meg.

Ez azt jelenti, hogy minden egyes logisztikai folyamat esetében pontosan meg kell határozni az összetevőket és azt követően a leghatékonyabb folyamatot. A kiinduló pontnál nem csak azt kell meghatározni, hogy mire van szükség, hanem azt is, hogy ez a szükséglet milyen környezetben alakult ki. Pontosán meg kell határoznom a nevezet kistérség önmagához és a környező kistérségekhez való viszonyrendszerét, amellyel megkülönböztethetem a környezetétől

A Benko álláspont alapján egy adott térség, régió önmagában (belső viszonyait tekintve) nyugalomban van! Csak abban az esetben merülhet fel az elmaradottság, vagy fejlettség kérdése – és igény a kiegyenlítődésre – ha az adott régió viszonyrendszerét egy másik régióval összehasonlítjuk.

3. A kormányzat feladata

1. Olyan rendszert kell kialakítani, amelynek elemei önállóan is működnek.
2. Olyan rendszert kell kiépíteni, amely célirányosan működik, pontosan meghatározott kiindulóponttal és céllal.
3. Olyan rendszert kell kialakítani, melynek működési feltételei pontosan meghatározottak.
4. Olyan rendszert kell kialakítani, melyben folyamatos az információs visszacsatolás és biztosítani tudja szükség esetén a módosítást.



Szerkesztette: Bajor Tibor 2009

4. Logisztikai rendszer az állam- és közigazgatás szervezeti rendszerén belül

A térben és időben bővülő összehangolt együttműködéshez ellátó (beszállító) és elosztó (megrendelő), a környezettel dinamikusan információs-kommunikációs kapcsolatot kiépítő feladat- és folyamat orientált megoldások szükségesek. Kitüntetett szerepet kap tehát a szervezési rendszer, amely sajátos eszközeivel, módszereivel az irányítási, igazgatási folyamat igényeinek szükség szerinti kielégítését végzi, illetve az elosztási rendszer, amely a termékeknek a felhasználókhoz való eljutását szervezi (az információáramlás, logisztikai igazgatási láncok, integrált ellátási lánc).

Centralizált felépítésű szervezet esetén a logisztikai funkciók ellátását egy központi részleg irányítása alá rendelik, amely logisztikai területek vagy logisztikai funkciók szerint tagolhatók.

Decentralizált felépítésű szervezet esetén az egyes decentralizált egységek saját különálló logisztikai részlegekkel rendelkeznek, amelyek az operatív feladatokat (végrehajtás, irányítás, felügyelet) látják el.

Irodalomjegyzék

- Georges Benko* (1997): A regionális fejlődés útjai: globálistól a lokálisig *Tér és Társadalom* 1997/2
- Prof. Dr. Knoll Imre* (2001): Logisztika a 21. században. KIT Képzőművészeti Kiadó Kft. 2001. 14. p.
- Nikodémus Antal* (2002): A regionális gazdaságfejlesztés logisztikai koncepciója. *Külgazdaság*, XLVI. Évfolyam 2002/10. 39–53. p.
- Halászné Sipos Erzsébet* (1998): Logisztika. Szolgáltatások és versenyképesség. Logisztikai Fejlesztési Központ. Magyar Világ Kiadó, 16–21. p.
- Lars Onsager „Reciprocal Relations In Irreversible Processes I, II” by Lars Onsager, *Phys. Rev.* (37) , pp. 405–426 (1931).

Zsótér Brigitta:^{*} Migrációs folyamatok vizsgálata Mezőhegyesen (1989–2008)

Summary

The main characteristics of the migration in connection with Mezőhegyes between 1989 and 2008 are the following:

- to put every result together there is a loss in migration in the examined period;
- the proportion of men and women involved in migration is approximately the same;
- the balance is negative in case of the young and the middle-aged;
- the proportion of people aged 30–44 and 45–59 is the highest;
- the intraregional migration dominates;
- 61% of the entire migration of the settlements take place within the borders of counties Békés and Csongrád.

1. Bevezetés

A népesség területi átrendeződése az idők kezdete óta jelenlévő gazdasági-társadalmi meghatározottságú folyamat. Ennek ellenére csak az 1800-as évek végén élenkült meg a magyarországi belső vándormozgalom. A második világháború után kezdett intenzívebbé válni.

Az elmúlt évtizedekben számos olyan kutatást végeztek, amelyekkel a migráció temérdek karakterisztikus jegyét tárták fel. Ámde nem sok olyan munka született, amely a folyamat részletes strukturális és területi elemzésével foglalkozott volna. Alapvető oka a migrációra vonatkozó statisztikai adatok nem megfelelő részletezettségé.

A fent említett probléma kiküszöbölésére a saját kutatásomban egyéni adatgyűjtést végeztem. Az így megkapott adatbázis megfelelő alapul szolgált a mezőhegyesi migrációs folyamatok részletes analíziséhez. Ehhez hasonló módszert korábban már alkalmaztak a mezőberényi (Tóth J. 1980), valamint a békés megyei migrációs folyamatok elemzésére (Tóth K. 1968, Simon I.–Tánczos-Szabó L. 1976).

2. Anyag és módszer

Az adatbázis forrása a mezőhegyesi lakossági be- és kijelentő lapok voltak. Az ott szereplő adatok közül a következők kerültek felhasználásra:

- a költözés időpontja,
- honnan, illetve hová történt a költözés,
- a költöző életkora,
- neme.

Sajnos nem tartják nyilván a költözők iskolai végzettségét és foglalkozási viszonyát. Tehát az ezeket alapul vevő elemzéseket nem tudtam elvégezni.

Az adatgyűjtés az 1989–2008 közötti időszakra terjedt ki. 1999-re vonatkozó adatok nem álltak rendelkezésre. 1998-tól már elektronikus formában tartották nyilván ezen adatokat.

A migrációs viszonyok elemzése reményeim szerint nagyban hozzájárul majd egy új településfejlesztési stratégia kialakításához.

^{*} Adjunktus – Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar.

3. Kutatási eredmények

Összességében Mezőhegyes a vizsgált időszakban a népességből veszteséget realizált (1. táblázat, 1. ábra). Főként a fiatal és a középkorúakból negatív a mérleg. A férfiak és a nők aránya a migrációban közel azonos. Az 1989–2008 közötti időszakban az összes vándorlók 51,4%-a nő volt. Az elvándorló és bevándorló nők száma lényegében azonos nagyságrendű. A férfiak esetében Mezőhegyes számára veszteséges volt a migráció.

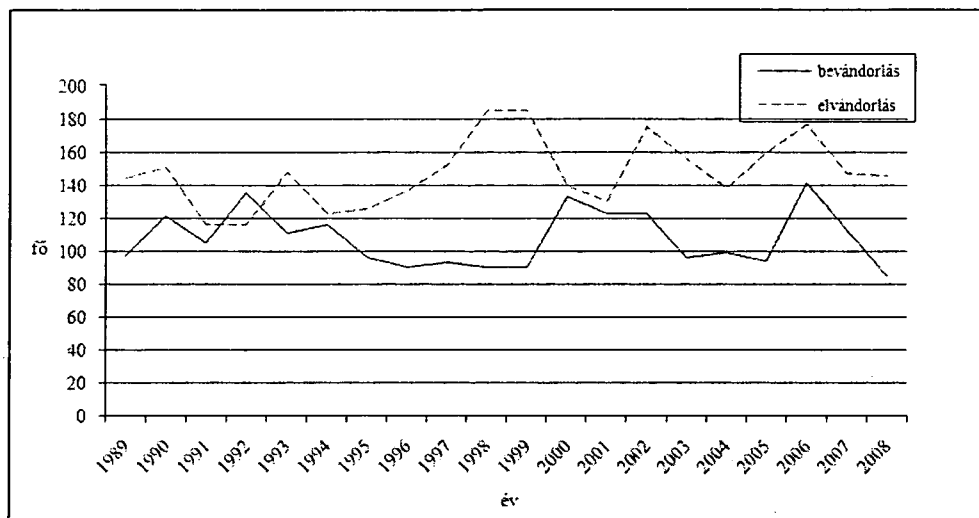
Négy korcsoportba soroltam be a vándorlásban résztvevőket (15–29, 30–44, 45–59 évesek és 60 évnél idősebbek). A migrációban a 30–44 és a 45–59 évesek aránya a legnagyobb. Meg kell említenem, hogy a tényleges elvándorlás a nyilvántartottól valamennyiben eltér, ugyanis a környező nagyvárosokban tanulmányait folytató diákok nagy része nem jön vissza lakni a településre, de az állandó lakhelyük sok esetben Mezőhegyes marad. Tehát hivatalosan nincsenek kijelentkezve. Elég nagy probléma, hogy az *elvándorlási veszteség az említett két korcsoportból adódik, hiszen ők lennének az aktív keresők a településen.*

A bevándorlók korösszetétele lényegesen idősebb. Jellemző, hogy a településről elszármazottak idős korukra visszajönnek lakni. Illetve az alacsony ingatlanáraknak, valamint az olcsóbb megélhetésnek köszönhetően a környező nagyvárosok nyugdíjasai kiköltöznek Mezőhegyesre. A migráció következtében is a település lakossága előregedik.

1. táblázat. A Mezőhegyest érintő migráció néhány jellemző adata

Év	Bevándorlók (fő)	Elvándorlók (fő)	Vándorlási különbség (fő)
1989	97	144	-47
1990	121	151	-30
1991	105	116	-11
1992	135	116	+19
1993	111	148	-37
1994	116	123	-7
1995	96	126	-30
1996	90	137	-47
1997	93	152	-59
1998	90	185	-95
1999	–	–	–
2000	133	140	-7
2001	123	130	-7
2002	123	175	-22
2003	96	156	-60
2004	99	138	-39
2005	94	160	-66
2006	141	177	-36
2007	113	147	-34
2008	85	146	-61

Forrás: lakossági be- és kijelentő lapok, saját gyűjtés



1. ábra. A Mezőhegyest érintő vándorlás évenkénti alakulása 1989–2008 között
(Forrás: lakossági be- és kijelentő lapok, saját gyűjtés)

A Mezőhegyest érintő migráció vizsgálata településszintű részletezettséggel az alábbi szinteken történt:

- Békés megyén belül,
- a Dél-alföldi régióban,
- néhány – Mezőhegyes szempontjából fontos – településen.

Megállapítható, hogy a vándorlásban résztvevők több mint kétharmada a Dél-alföldi régióon belül mozgott. Még jobban leszűkítve a kört Békés és Csongrád megyén belül. A Központi régióval volt kapcsolatos a mezőhegyesi migráció 11%-a. A többi régió közül egyik sem érte el még ezt a részesedést sem a migrációból. Mezőhegyes ezekkel a régiókkal szemben veszteséget realizált.

Békés és Csongrád megye határain belül zajlott le a Mezőhegyessel kapcsolatos vándormozgalom 61%-a. A két megye településeivel szemben jelentős vándorlási vesztesége volt Mezőhegyesnek. A többi megye részesedése a település népmozgalmából sokkal kisebb. Pest megye áll a második helyen 11%-kal. Az ide áramló népesség jelentős része a főváros körüli agglomerációs zónában telepedett le. Említésre méltó azoknak a száma, akik Pest megyéből, ill. Csongrád megyéből évtizedek után nyugdíjas korukra visszaköltöztek Mezőhegyesre.

A Csongrád megyével kapcsolatos migráció nagyobb része is a szegedi agglomeráció területét érintette. Főként erre a területre költöztek el a cukorgyár felszámolását követően munkanélkülivé vált elvándorlók. Egész családok: gazdaságilag aktív korú férfiak és nők gyermekeikkel együtt. A gazdasági szférában történt változás közvetlenül kihatott a társadalmi szférára, ugyanis a település négy szférából álló harmonikus rendszer (Tóth J. 2008).

4. Összefoglalás

A Mezőhegyessel kapcsolatos 1989–2008 közti migráció fő jellegzetességei az alábbiakban foglalhatók össze:

- a település a vizsgált időszakban a migrációból összességében veszteséget realizált;

- a férfiak és a nők aránya a migrációban közel azonos;
- a fiatal és a középkorúakból negatív a mérleg;
- a migrációban a 30–44 és a 45–59 évesek aránya a legnagyobb;
- az intraregionális vándorlás dominált;
- a települések teljes vándormozgalmának 61%-a Békés és Csongrád megye határain belül zajlott le.

Irodalomjegyzék

- Simon Imre–Tánczos-Szabó László* (1976): Az ingavándorforgalom és a migráció néhány területi jellegzetessége Békés megyében. *Földrajzi Értesítő*, 1976. XXV. évfolyam, Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutató Intézet, Budapest, pp. 289–299.
- Tóth József* (2008): Méditáció a városokról és a várossá nyilvánítás hazai gyakorlatáról. *Vitairat. Területi Statisztika*, XLVIII. évf. 3. sz. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- Tóth József* (szerk.) (1980): *Mezőberény, a helyét kereső kisváros*. Békés Megyei Tanács V. B. Tudományos Koordinációs Szakbizottsága és Mezőberény Nagyközségi Tanács Kiadványa, Békéscsaba, 65 p.
- Tóth Károly* (1968): Békés megye munkaerőhelyzetének jellemzése (1949–1966). *Területi Statisztika*, 1968. XVIII. évfolyam, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, pp. 92–98.

DUSEK TAMÁS:^{*} Hálózati-, idő- és költség-távolságok összehasonlítása a magyar vasúthálózaton^{**}

Abstract

The aim of this study is to discuss the differences between geographical, network, time and cost distances by the help of a small part of the Hungarian railway network. The source of data is the timetable of Hungarian Railway. In the first section the outline of the paper will be given. The second section deals with the validity of metrical axioms in time and cost space. Time and cost space are more complex than geographical space, because there is just one and only air kilometers and the kilometer distance between points of network can be determined more or less exactly. Time distances and cost distances fall into an interval and at best only about shortest or typical distances, shortest or typical lengths of time and least or typical costs can be spoken. The third and fourth sections compare the geographical space and the time and cost spaces, first by the help of detour indices and then with multidimensional scaling.

1. Bevezetés

A különböző távolságfogalmak mindegyike sajátos szerkezetű tereket hoz létre. A térbeli mobilitás tényleges, észlelhető korlátait nem a légvonalbeli távolságok jelentik, hanem azok a távolságok leküzdéséhez szükséges idővel és költséggel vannak arányban. Különböző pontok közötti légvonalbeli távolságok, valamint a hálózati-, idő- és költség-távolságok egymáshoz viszonyított arányai lényegesen különbözhetnek egymástól. A tanulmány célja ezen eltérések bemutatása a magyarországi vasúthálózat egy részének példáján keresztül, a területi korlátokból adódóan vázlatosan, néhány főbb pontra kitérve.

Az elemzés négyféle tér összehasonlítására tér ki: települések központja közötti légvonalbeli távolság, települések közötti vasúti hálózati távolság, vasúti költség-távolság és a vasúti idő-távolság. Az első két távolság egyértelműen meghatározható, a költség-távolságnak és idő-távolságnak két változatát határoztam meg: legkisebb költség másodosztályon pótdíjak nélkül, legkisebb költség pótdíjakkal, legrövidebb idejű út pótdíj nélkül és pótdíjjal. A tanulmányban bemutatott eredmények a legkisebb költség pótdíjak nélkül és a legrövidebb idejű út pótdíjjal távolságokra korlátozódnak. Az adatok a MÁV internetes menetrendjéből (Elvira) származnak, a lekérdezés időpontja 2008. április volt és szerdai napra vonatkozott.

A lekérdezés időigényessége miatt a vizsgálat húsz településre korlátozódik. Az adatgyűjtés sajátosságai nem teszik lehetővé az egyes hálózati elemek változása hatásának modellezését (ilyen vizsgálatokra lásd Szalkai Gábor több tanulmányát; Szalkai 2001, Szalkai 2003, Szalkai 2004). Ezen hátrány mellett ugyanakkor előnye a vizsgálatnak, hogy az időtérre vonatkozóan nem becsült, hanem valós, a menetrendi kötöttségeket, átszállási időket figyelembe vevő időadatokon alapulva jellemzi az egyes települések vasúti elérhetőségét.

^{*} PhD, egyetemi docens – Széchenyi István Egyetem Regionális Tudományi és Közpolitikai Tan-
szék.

^{**} A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

2. A távolságmátrixok vizsgálata a metrikus axiómák érvényessége szempontjából

A metrikus terekre érvényesek a következő, a tér pontjai közötti távolságokra vonatkozó axiómák:

1. Ha két pont egybeesik, akkor távolságuk nulla.
2. Ha két pont különböző, távolságuk nagyobb nullánál.
3. A pont távolsága B-től megegyezik B pont A-tól való távolságával (szimmetriaaxióma).
4. Két pont távolsága nem lehet nagyobb egy harmadik ponttól mért távolságaik összegénél (háromszög-egyenlőtlenség axiómája).

A vasúti jegyek díjszabása miatt a költségtér pénzügyileg mérhető része (a jegyárak) metrikus tulajdonságokkal rendelkezik, ha eltekintünk a pótdíjaknak és bérleteknek a költségtérrel bonyolító hatásától. A költségtér lényegesen komplexebb lenne, amennyiben figyelembe vennénk a különféle kedvezményeket, illetve a jegyár függne az utazás napjától, a napszaktól, a jegyvásárlás időpontjától, az utazók számától stb.

A vasúti időtérre vonatkozóan az első két axiómával kapcsolatban nehézséget okoz, hogy léteznek egynél több pályaudvarral rendelkező települések. A pályaudvarok közötti utazás időigénye a háromszög-egyenlőtlenségi axiómát is érvényteleníti. Például a Győr–Budapest és a Budapest–Szeged távolságok összegénél a Győr–Szeged távolság nagyobb lesz a budapesti pályaudvarok közötti utazás miatt.

A szimmetriaaxióma az időtávolságokban nem érvényesül. Egyrészt például a budapesti végállomású utazások átlagosan 2,7 perccel hosszabbak, mint az ellentétes irányú, budapesti kiindulópontú utazások. Másrészt amennyiben átszállásra van szükség, a csatlakozási idők eltérőek lehetnek az ellentétes irányú utazások során. A különbségek ugyanakkor nem jelentősek, az érzékelhetőségi küszöböt aligha érik el. Lényegesebb aszimmetria adódhat a menetrendi kötöttségek miatt az odaút és a visszaút legkorábbi és legkésőbbi lehetséges időpontjára vonatkozóan. Például egy adott nap reggelén vidéki megyeszékhelyekről Budapestre eljutni vasúttal többnyire lényegesen korábbi időpontban lehetséges, mint Budapestről a vidéki megyeszékhelyekre. Érdekességgé még azt is érdemes megemlíteni, hogy az időtérben legrövidebb út és a költségtérben legrövidebb útnak megfelelő hálózati távolságok eltérőek lehetnek. Például Győr és Pécs között Budapesten keresztül több mint három órával rövidebb az út, mint az egyébként kilométerben rövidebb és így olcsóbb Székesfehérváron és Komáromon keresztüli utazás.

3. A hálózati-, idő- és költségtávolságok összehasonlítása hálózati hányadossal

A három eltérő távolságdefiníció által meghatározott teret egymással és a légvonalbeli távolsággal jellemezhető geometria térrel is össze lehet hasonlítani (valamint további távolságfogalmak is bevonhatóak lehetnének egy részletesebb vizsgálatba). Adott pontból az összes többi pont különböző módokon mért távolságainak összegei egymáshoz viszonyított arányai a hálózati hányadosokat adják meg (Szalkai 2005, 229–235. o.). A korábbi, hosszabb vasúthálózatra vonatkozóan a hálózati kilométer-távolságok és légvonalbeli távolságok hányadosainak értékét kiszámította Kovács Csaba (Kovács, 1973). Mivel jelen esetben a távolságok mértékegységei különbözők (kilométer, perc, forint), ezért úgy módosítottam a hálózati hányados számítását, hogy adott település és az összes többi település közötti távolságösszegeket a teljes hálózat hosszának százalékában fejeztem ki, majd ezeket az arányokat osztottam el egymással (1. táblázat).

A légvonalbeli távolság alapján az adott ponthálózat sajátosságai miatt (vagyis Buda-

pest mellett 11 dunántúli településből és csak nyolc Dunától keletre fekvő településből áll) Székesfehérvár és Dunaújváros fekszik átlagosan legközelebb, Nyíregyháza a legtávolabb légvonalban a többi településtől. A hálózati távolságok alapján azonban már Budapest helyzete leginkább középponti és Dunaújváros jelentősen lemaradva csak a hatodik, ami mutatja utóbbi település kedvezőtlen hálózaton belüli helyzetét. Az időtávolságok alapján Budapest helyzete még kedvezőbb, Dunaújvárosé pedig még kedvezőtlenebb lesz, míg a költség-távolság a hálózati távolsághoz hasonló. A hálózati távolsághoz képest az időtávolság alapján Budapesten kívül jelentősen jobb a helyzete a fővonalak mentén fekvő Nyíregyházának, Miskolcnak, Szombathelynek, Debrecennek, Győrnek és Tatabányának (1. táblázat).

1. táblázat. A települések hálózaton belüli helyzete (a települések az időtávolság és a légvonalbeli távolság hányadosának növekvő sorrendjébe vannak rendezve)

Település	Adott település és az összes többi település közötti távolságok összegének aránya a hálózat teljes hosszán belül				Egyes össztávolságoknak a légvonalbeli össztávolsághoz viszonyított aránya		
	Légvonal	Hálózati	Idő	Díj	Hálózati	Idő	Költség
Budapest	3,8	3,5	2,9	3,6	90,2	76,6	94,3
Debrecen	6,5	5,8	5,4	5,6	90,5	83,7	86,3
Nyíregyháza	6,9	6,7	5,9	6,2	96,3	84,6	89,4
Szombathely	5,6	5,4	5,0	5,4	96,3	87,8	95,1
Sopron	6,0	5,5	5,3	5,9	92,0	88,8	98,0
Miskolc	5,7	5,7	5,2	5,4	99,4	89,9	94,2
Győr	4,6	4,4	4,2	4,6	95,6	89,9	99,7
Szolnok	4,4	4,1	4,1	4,4	94,6	93,1	99,4
Tatabánya	4,0	4,0	3,8	4,2	102,2	96,7	106,1
Békéscsaba	5,8	5,8	5,8	5,6	98,7	99,8	95,5
Székesfehérvár	3,7	3,6	3,8	3,8	97,2	101,7	102,8
Nagykanizsa	5,5	5,3	5,8	5,4	95,5	104,6	97,6
Eger	5,1	5,1	5,3	5,0	100,5	105,3	99,2
Pécs	5,1	6,0	5,7	5,6	117,2	112,0	110,2
Szeged	5,3	5,7	5,9	5,7	109,0	112,8	108,4
Kecskemét	4,0	4,5	4,6	4,6	111,9	113,6	113,5
Zalaegerszeg	5,4	5,4	6,1	5,3	100,9	114,4	99,1
Kaposvár	4,8	5,2	5,5	5,0	107,5	114,9	103,8
Veszprém	4,0	4,0	4,7	4,4	100,7	117,9	108,8
Dunaújváros	3,7	4,2	5,0	4,4	112,5	133,6	119,0

Az eredmények értelmezése szempontjából fontos hangsúlyozni, hogy bővített hálózattal némileg módosulhatnak ezek az eléggé korlátozott hálózatra vonatkozó arányok, a földrajzi középpont keletebbre tolódik, a fővonalak árnyékszónája kedvezőtlenebb lehet Dunaújvárosnál. A középpont eltolódását leszámítva a vizsgált települések egymáshoz képesti relatív helyzete azonban nagyrészt változatlan marad, mint azt Szalkai Gábor jelen tanulmányánál jóval részletesebb elemzése is bemutatják (Szalkai 2001, Szalkai 2004). Szintén a bővített hálózattal lenne vizsgálható a csak személyvonattal elérhető települések sajátos helyzete (Kotosz 2007, Kotosz 2009. 207. o.).

A költség-távolságok kisebb mértékben térnek el a légvonalbeli távolságoktól, mint az

időtávolságok, nagyjából átlagosan a hálózati távolságok és a légvonalbeli távolságok arányának megfelelő mértékben. A vasúti díjszabás degresszív volta (a távolság növekedésével csökken az egységnyi távolságra jutó díjegység) miatt a központi helyzetű települések (mint Székesfehérvár, Budapest, Dunaújváros) a költségtérben a hálózati térhez viszonyítva kedvezőtlenebb helyzetben vannak.

4. A hálózati-, idő- és költségtávolságok reprezentációja kétdimenziós skálázással

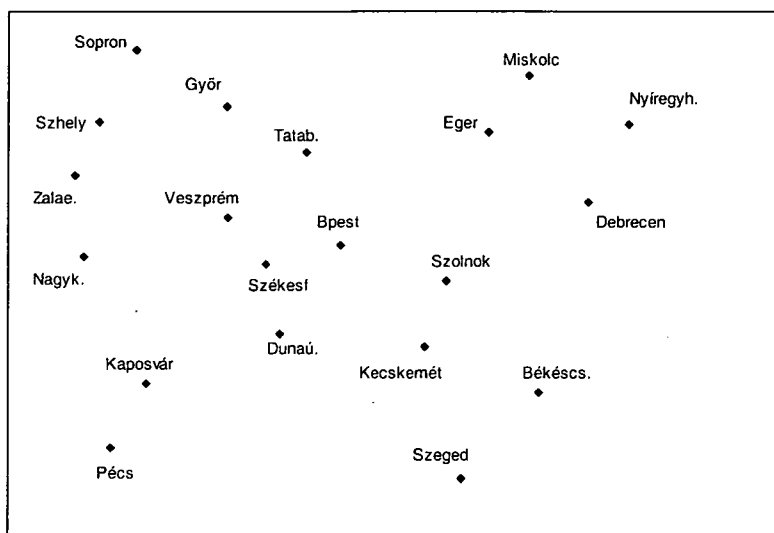
A többdimenziós skálázás célja egyes pontok közötti távolságmátrix ismeretében a távolságok lehető legpontosabb n dimenziós reprezentációjának létrehozatala. A pontok számánál eggyel kevesebb dimenziójú térben a távolságviszonyok torzításmentesen reprodukálhatóak, a létrejövő terek egyértelmű grafikus ábrázolhatósága és vizuális befogadhatósága viszont érthető módon két dimenzióra korlátozódik. A metrikus többdimenziós skálázás minimalizálja az eredeti $n-1$ dimenziós tér pontjai közötti d_{ij}^2 távolságok és az alacsonyabb dimenziójú térben megjelenített ugyanazon pontok közötti d_{ij}^* távolságok közötti különbséget:

$$\sum_{i=2}^n \sum_{j=1}^{i-1} [d_{ij}^2 - (d_{ij}^*)^2].$$
 Az eredeti tér torzításmentes reprodukciója esetén a

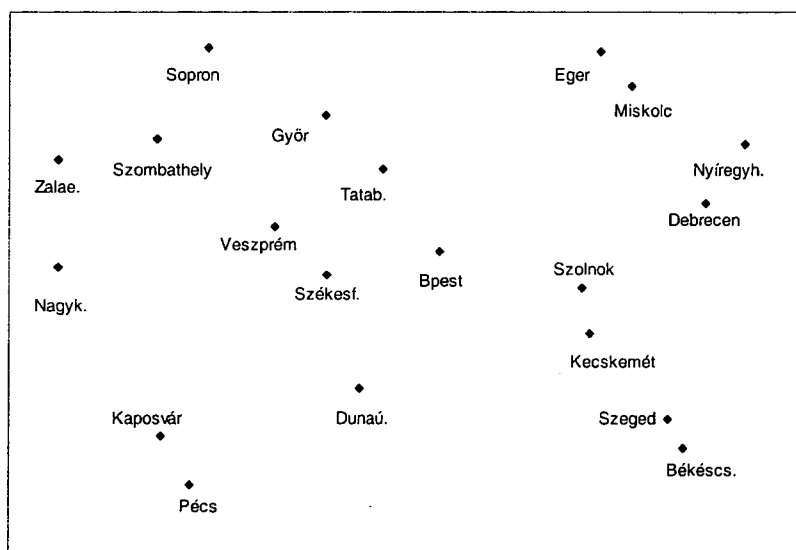
fenti összeg értéke nulla lesz. A módszer matematikai hátterének ismertetésétől eltekintek, ennek összefoglalása magyarul megtalálható például Podani János könyvében (Podani 1997) és alkalmazással együtt Lengyel Imre tanulmányában (Lengyel 1999).

Amennyiben a hálózati távolságok arányai hasonlóak a légvonalbeli távolságok arányaihoz, akkor a hálózati távolságok kétdimenziós leképezése nem tér el jelentősen a légvonalbeli távolságok alapján kirajzolódó képtől. A „hasonlóság” mértékének léteznek statisztikai mérőszámai, de ezek tárgyalása nem tartozik jelen rövid áttekintés témái közé. A vasúthálózat történeti okokra, a településhálózati adottságokra, a vízrajzi és domborzati viszonyokra visszavezethető egyenletlenségei és kanyargóssága a légvonalbeli és hálózati távolságokhoz képesti sajátos anomáliákhoz vezet. Például a légvonalban egymástól 58 kilométerre fekvő Dunaújváros és Kecskemét között a vasúti hálózati távolság 186 kilométer, ráadásul Budapesten belül még a pályaudvarok között is közlekedni kell. Kaposvár és Veszprém, Pécs és Kecskemét, Pécs és Szeged, Székesfehérvár és Tatabánya, Miskolc és Eger közötti hálózati távolságok is több mint kétszeresen eltérnek a légvonalbeli távolságoktól. Ezzel szemben például Kecskemét és Szeged között a légvonalbeli távolság 81 kilométer, a vasúti hálózati távolság 85 kilométer.

Az időtávolságok egymáshoz képesti arányai a hálózati távolságoknak a légvonalbeli távolságokhoz viszonyított arányainál is jobban eltérnek. Ez jól látszik az 1. és 2. ábrán, amely a hálózati távolságok és az időtávolságok alapján ábrázolja a hálózat pontjait kétdimenziós skálázás segítségével. A vasúthálózat számos sajátossága leolvasható az ábrákról, például az időtérben Békéscsaba „délebbre” vagy Eger „északabbra” tolódása a földrajzi és a hálózati helyzethez képest. Ugyanakkor a két dimenzióban egymáshoz közel lévő települések nem feltétlenül fekszenek közel egymáshoz a hálózati-, illetve időtérben, mivel további dimenziókban akár távol is lehetnek egymástól. Ennek és egyéb részletkérdéseknek az elemzése a kutatás további feladatai közé tartozik.



1. ábra. A vizsgált települések elhelyezkedése vasúti hálózati távolságok alapján, kétdimenziós skálázással (Forrás: A szerző saját szerkesztése)



2. ábra. A vizsgált települések elhelyezkedése vasúti időtávolságok alapján, kétdimenziós skálázással (Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Irodalomjegyzék

- Kotosz Balázs (2007): Agglomeration locating by an applied gravity model. Régiók a Kárpát-medencén innen és túl nemzetközi tudományos konferenciakötet, Baja. Szerk.: Gulyás László, 276–280. p.
- Kotosz Balázs (2009): A gravitációs törvény alkalmazási lehetőségei a regionális döntésekben. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, VII. Nemzetközi Konferencia, Miskolc–Lillafüred. Szerk: Kocziszky György, 206–213. p.

- Kovács Csaba* (1973): Főbb településeink egymáshoz viszonyított vasúti átlagtávolságai. *Területi Statisztika*, 1973/3, 232–245. p.
- Lengyel Imre* (1999): Mélni a mérhetetlent? A megyei jogú városok vizsgálata többdimenziós skálázással. *Tér és Társadalom*, 1999/1–2, 53–73. p.
- Podani J.* (1997): Bevezetés a többváltozós biológiai adatfeltárás rejtelseibe. *Scientia Kiadó*, Budapest.
- Szalkai Gábor* (2001): Elérhetőségi vizsgálatok Magyarországon. *Falu, Város, Régió*, 2001/10, 5–13. p.
- Szalkai Gábor* (2003): A közúti térszerkezet és a hálózatfejlesztés vizsgálata Romániában. *Falu, Város, Régió*, 2003/8, 5–13. p.
- Szalkai Gábor* (2004): A közlekedéshálózat fejlesztésének hatása az elérhetőség változására. *Magyar Földrajzi Konferencia CD kiadványa*, 14. p.
- Szalkai Gábor* (2005): Hálózati hányados. In: Nemes Nagy József (szerk.) *Regionális elemzési módszerek*, RTT 11., ELTE RFT–MTA ELTE RTK, Budapest, 229–236. p.
- <http://elvira.mavinformatika.hu/>

ZSÓTÉR BRIGITTA:^{*}

A közúti forgalom alakulása Mezőhegyesen (1995–2008)

Abstract

To sum it up, it can be said that winding-up of the sugar factory had an effect on the public traffic, too. I drew a parallel between the traffic and the motor vehicle stock. There was a serious decrease which could be observed in case of both the traffic and the motor vehicle stock. In the road-section of Battonya-Mezőhegyes the average daily traffic and the traffic of heavy goods vehicle significantly decreased in this critical period of time. Consequently, from the point of view of the tetrahedron-model, the following assertion is true: change in economic sphere influenced the infrastructural sphere, too.

1. Bevezetés

Az infrastrukturális hátérnek az a feladata, hogy biztosítsa az ott élő lakosság életszínvonalának szakadatlan emelkedését (Abonyiné Palotás J. 1981). Egy település életében „óriási szerepet játszik az infrastrukturális szféra egy-egy szállítási útvonala” (Tóth J. 2008). Az infrastruktúrán belül kiemelt szerephez jut a közúti forgalom (Perczel Gy. 2003).

A tetraéder-modell szempontjából (Tóth J. 1997) érdemes figyelemmel kísérni, hogy a gazdasági szférában történt változás hogyan hat a további három (természeti, társadalmi és infrastrukturális) szférára. Jelen tanulmányban az infrastrukturális szférára való hatását vizsgálom, azon belül is a közúti forgalom alakulását. Konkretizálom az előbb feltett kérdést pl. Mezőhegyesen a cukorgyár bezárásával észrevehető volt-e némi közúti tehergépjármű forgalom csökkenés? A nyilvántartott tehergépjárművek számának alakulásával van-e összefüggés? Mennyit jelent a közelben lévő határátkelőhely a személygépkocsi forgalom szempontjából?

A település területi kapcsolatait szolgálják a Mezőkovácsháza–Mezőhegyes, a Pitvaros–Mezőhegyes, a Mezőhegyes–Tótkomlós és a Mezőhegyes–Battonya összekötő utak.

A Mezőhegyesről Battonyára és Tótkomlóra kivezető útszakaszokon az utak átlagos forgalomnövekedését, a mezőhegyesi gépjárműállomány változását és ezek között a lehetséges összefüggéseket vizsgáltam az 1995 és 2008 közötti időszakban. Hasonló jellegű kutatómunka korábban már Mezőberénnyel (Tánczos-Szabó L. 1980), valamint az Alföld közúthálózatával kapcsolatban is készült (Tánczos-Szabó L.–Simon I.–Dövényi Z. 1981).

2. Anyag és módszer

Az Országos Közlekedési Adatbank, valamint a helyi önkormányzat gépjárműnyilvántartási adatait használtam fel a munkám során. A forgalom vizsgálata azért csak erre a két útra korlátozódik, mert az OKA a többi kivezető út forgalmával kapcsolatban adatokat nem közölt.

^{*} Adjunktus – Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar.

3. Kutatási eredmények

A vizsgált időszakban a Tótkomlóra és a Battonyára kivezető utak átlagos napi forgalma növekedett, összességében 28%-kal. Átlagos napi forgalomba beleértendő a kamion- és a kerékpáros-forgalom is. Ezzel szemben a nehéztehergépkocsi-forgalom csökkent. Míg a Tótkomlós felé kivezető úton csak 27%-kal csökkent a forgalmuk, addig a battonyai úton 83%-kal (1. táblázat).

1. táblázat. Az átlagos forgalom növekedése/csökkenése a Mezőhegyesről kivezető utakon (1995–2008)

Irány	Átlagos napi forgalom (E/nap)		Növekedési arány 2008/1995	Átlagos nehéz-tehergépkocsi-forgalom (E/nap)		Csökkenési/növekedési arány 2008/1995
	1995	2008		1995	2008	
Tótkomlós	924	1344	1,45	45	33	0,73
Battonya	2016	2426	1,20	120	20	0,17
Együtt	2940	3770	1,28	165	53	0,32

Forrás: OKA adatai

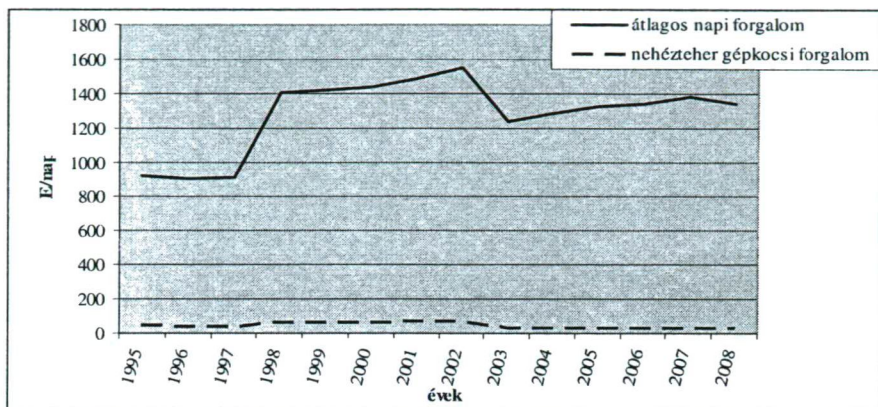
A továbbiakban részletesen látható (2. táblázat) a Tótkomlós felé kivezető út forgalma évek szerinti bontásban.

2. táblázat. Az összes jármű átlagos forgalmának, valamint a nehéz-tehergépkocsik átlagos forgalmának alakulása a Tótkomlós felé kivezető úton (1995–2008)

Év	Átlagos napi forgalom	Nehéztehergépkocsi-forgalom
1995	924	45
1996	902	42
1997	911	42
1998	1409	65
1999	1426	67
2000	1443	68
2001	1490	70
2002	1555	73
2003	1240	33
2004	1292	32
2005	1327	32
2006	1343	33
2007	1383	35
2008	1344	33

Forrás: OKA adatai

Forgalommnövekedés volt tapasztalható 2002-ig, attól kezdve pedig drasztikus csökkenés (1. ábra).



1. ábra. Az összes jármű átlagos forgalmának, valamint a nehéz-tehergépkocsik átlagos forgalmának alakulása a Tótkomlós felé kivezető úton (1995–2008)
(Forrás: OKA adatai)

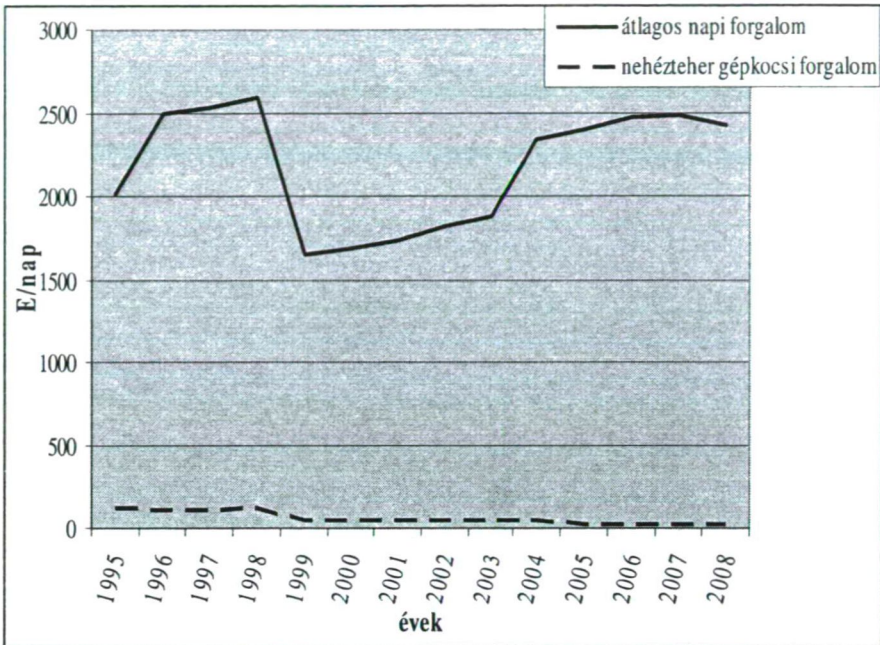
A Battonya–Mezőhegyes közötti útszakasz forgalmát jól láthatjuk évek szerinti bontásban a 3. táblázatból.

3. táblázat. Az összes jármű átlagos forgalmának, valamint a nehéz-tehergépkocsik átlagos forgalmának alakulása a Battonya felé kivezető úton (1995–2008)

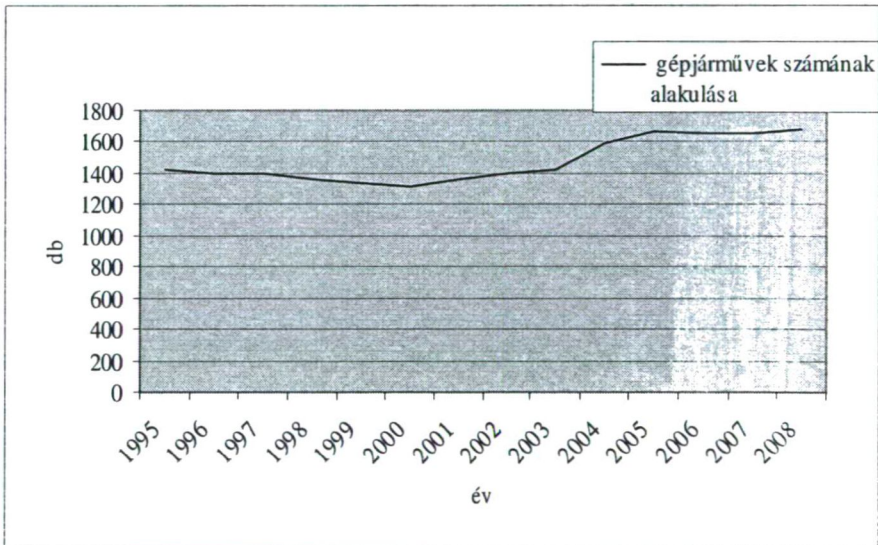
Év	Átlagos napi forgalom	Nehéztehergépkocsi-forgalom
1995	2016	120
1996	2499	112
1997	2528	113
1998	2593	116
1999	1655	48
2000	1683	49
2001	1739	50
2002	1819	52
2003	1879	52
2004	2342	49
2005	2402	20
2006	2473	20
2007	2485	21
2008	2426	20

Forrás: OKA adatai

Az átlagos napi forgalom 1999 és 2003 közötti visszaesése volt tapasztalható, amely 2004-től újra növekedésnek indult. A tehergépjármű forgalom végig csökkenő tendenciát mutat és csekély mértékű (2. ábra).



2. ábra. Az összes jármű átlagos forgalmának, valamint a nehéz-tehergépkocsik átlagos forgalmának alakulása a Battonya felé kivezető úton (1995–2008) (Forrás: OKA adatai)



3. ábra. A gépjárművek számának alakulása Mezőhegyesen (1995–2008) (Forrás: Mezőhegyes Város Önkormányzatának gépjármű-nyilvántartása)

A gépjárműállomány döntő többsége személygépkocsi (77%). Emellett kiemelkedő még a tehergépkocsik (7,6%), pótkocsik (7%) és utánfutók (5,7%) aránya. A gépjárművek száma a vizsgált időszakban összességében nőtt, habár jól látszik (3. ábra), hogy 1999 és 2004 között némi visszaesés volt.

4. Összegzés

Összegzésként elmondható, hogy a cukorgyár bezárása a közúti forgalom szempontjából is éreztette a hatását. Összevettem a forgalom és a gépjárműállomány alakulását. 1999 és 2004 között volt egy törés, amely mind a forgalom, mind a gépjárműállomány szempontjából is tapasztalható volt. A Battonya–Mezőhegyes útszakaszon az átlagos napi forgalom és a nehéz-tehergépkocsi forgalom is ebben a kritikus időszakban igen csak lecsökkent. Tehát a tetraéder-modell szempontjából igaz a megállapítás, miszerint a gazdasági szférában történt változás kihatott az infrastrukturális szférára.

Az adatokból jól látható, hogy a Battonya–Mezőhegyes út jóval forgalmasabb, mint a másik. Közel kétszerannyi jármű közlekedik arra. Ez javarészt a battonyai határátkelőre tartó átmenő személygépkocsi forgalomnak köszönhető.

Irodalomjegyzék

- Abonyiné Palotás J.* (1981): Az infrastruktúra területi rendszerei. Földrajzi közlemények, Magyar Földrajzi Társaság, Budapest, pp. 145–150.
- Perczel Gy.* (szerk.) (2003): Magyarország társadalmi-gazdasági földrajza. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- Tánczos-Szabó L.–Simon I.–Dövényi Z.* (1981): Az Alföld közúthálózatának földrajzi vizsgálata. Földrajzi közlemények, Magyar Földrajzi Társaság, Budapest, pp. 62–69.
- Tánczos-Szabó L.* (1980): Mezőberény közlekedés szerepe. In: Tóth J. (szerk.) 1980: Mezőberény, a helyét kereső kisváros. Békés Megyei Tanács V. B. Tudományos Koordinációs Szakbizottsága és Mezőberény Nagyközségi Tanács Kiadványa, Békéscsaba, pp. 111–126.
- Tóth J.* (szerk.) (1997): A magyarság kulturális földrajza. Pro Pannonia Kiadó, Pécs.
- Tóth József* (2008): Meditáció a városokról és a várossá nyilvánítás hazai gyakorlatáról. Vitairat. Területi Statisztika, XLVIII. évf. 3. sz. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

RÉGIÓK ÉS HATÁROK
(EURORÉGIÓK, HATÁR MENTI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK)

HARTL MÓNKA:^{*}

A magyar–szlovák határ menti kapcsolatok az Ister-Granum Eurorégió területén. A Mária Valéria Nemzetközi Borút lehetősége

Abstract

In my research I am looking for the prominent opportunities of the Slovak-Hungarian border. I would like to stress that the development of the regional economy is absolutely necessary regarding the improvement of the tourism sector since it will create opportunities to retail local goods. In order to improve tourism it is also vital to have a high standard in infrastructure and in services. The border destinations can be very tempting for investing capital and in this way the multiplier effect can be realised. I also examine the motivations to cross the border. I try to call attention how underused the euro region's potentials are and that it is essential to form a unified tourism marketing and marketing communication.

Mária Valéria International Wine Way could provide us with a wide range of solutions.

1. Bevezető

A szlovák–magyar határ menti terület kitörési lehetőségeit keresem a turizmus dimenziójában.

A határ menti területeket a gazdasági, társadalmi különbségek mozaikszerűsége jellemzi. A területi egyenlőtlenségek kialakulásának előidézői a gazdasági folyamatok, infrastruktúra, a megközelíthetőség, és a humán tőke állapota.

Az EU-csatlakozással felértékelődött a vidéki lakosság helyben maradását elősegítő gazdaság. A lehetőségek egyike: a természettel szoros összhangban lévő ökoturizmus, falusi és agrárturizmus fejlesztése. A turizmus fejlesztése kiemelt a szlovák–magyar határ menti terület gazdaságának diverzifikációjában.

2. A határ menti együttműködés az Európai Unióban

Az idők folyamán a határok funkciói és jellemzői folyamatosan változnak. A határfogalom értelmezése sokrétű fogalom. Az államhatár olyan övezet, sáv, vonal, amely az államok területét egymástól elválasztja (Süli-Zakar I. 2003).

A határ mentén fekvő települések életét, lehetőségeit meghatározza a határ jellege. A határ elválaszt és egyben összeköt, előnyöket és hátrányokat is jelenthet a határ két oldalán élők számára. A határok ambivalens megítélése változik, ahol a határ elválaszt, ott a periférikus jelleg dominál, ahol az összekötő szerep erős, ott az átjárhatóság jellemző nyomon követhető helyi fejlesztésekben, térségi együttműködésekben, valamint az együttműködő határrégiókban (Rechnitzer J. 2000).

A határ menti terület fogalma: „A természetes tér azon részére vonatkozik, ahol a gazdasági és társadalmi életet direkt módon és jelentősen befolyásolja egy nemzetközi határ jelenléte. Ebben az értelemben megkülönböztetünk nyitott vagy potenciálisan nyitott régiókat, elzárt régiókat” (Hansen 1977).

A zárt határ periférikus folyamatokat indít el földrajzi, gazdasági és társadalmi dimenzióban. A védekező politika megakadályozza az infrastrukturális, gazdasági beruházásokat,

^{*} PhD-hallgató, főiskolai adjunktus – PPKE Vitéz János Kar.

gátolja a piackörzetek kialakulását. A határellenőrzések nehezítik a lakosság határátlépéseit. Periférikus területté alakul a határ menti terület, jellemzője a lakosság elvándorlása, elöregedése, a romló életkörülmények kialakulása.

A nyitott határ olyan államhatár, ahol a lakosság üzleti, gazdasági kapcsolata és a határátlépés nincs korlátozva. Ebben az értelemben a határ nem akadályt jelent, hanem fejlődési potenciált. Háromféle kategória állítható fel milyen térségek találhatók a határ két oldalán: periféria találkozik perifériával, periféria-centrummal, vagy centrum találkozik centrummal (Hardi, T. 1999).

A periférikus térségek esetében a kapcsolatok ritkábbak. Két ország között a települések közötti kapcsolatokat segítik a határátkelők, melyek indukálják a természetes térségi interakciókat. Jól példázza az interakció erősödését a Mária Valéria híd megnyitása. A legmagasabb szintű együttműködési struktúrának az eurorégiókat tekintjük,

3. A határon útnyúló turisztikai fejlesztési programok az Ister-Granum Eurorégióban

Geológiaiilag hasonló adottságúak, de a határ jelenléte nem gerjesztette, sőt gátolta az infrastrukturális és gazdasági fejlesztéseket. A határtérségből jelentőssé vált az elvándorlás a centrumterületek irányába. Az egymáshoz kapcsolódó gazdasági, politikai, technológiai, infrastrukturális, demográfiai, szociális és kulturális folyamatok közül a fejlődést elsősorban a gazdasági folyamatok gerjesztik.

A térségfejlődés, -fejlesztés egyik tényezője a turizmus.

Az országhatárok jelenléte negatívan befolyásolja az idegenforgalom alakulását. A közlekedési és gazdasági infrastruktúra hiánya miatt a határ menti területek fizikai elérhetősége igen rossz. A határ növelte a határátlépési nehézségeket, ezen hatások összeadódása miatt a terület halmozottan hátrányossá vált az idegenforgalom szempontjából is. A határ menti fejlesztésekben lassító tényezőként szerepel e térségek felkészületlensége, információhiánya, és a marketingfolyamatok kihasználatlansága. Legtöbbször nincsenek meg a hálózati kapcsolatok a határ két oldalán lévő közintézmények, idegenforgalmi képviselők között. A turizmus globálissá válásával erősödik a szomszédos desztinációk egymásra utaltsága, hiszen csak így maradhatnak állva az egyre terjedő piacon.

4. Az Ister-Granum Eurorégió

Az Ister-Granum Eurorégió egy határ menti együttműködés, mely 2003. okt. 13-án kötött (Ister-Granum Önkormányzati Társulás, Déli Régió Önkormányzati Társulás 100 település önkormányzati társulása), területe meghaladja a 2000 km² 2/3-a Magyarországhoz, 1/3-a Szlovákiához tartozik. Lakossága 216 ezer fő. Központja Esztergom, aminek egyre erősödik a regionális szerepe az újjáépült híd révén.

Az Ister-Granum Eurorégió a magyar-szlovák határon fekszik. Európa második legnagyobb folyójába itt torkollik a Garam és az Ipoly. A Mária Valéria híd 2001-ben történt átadása hívta életre az Esztergom–Párkány központú eurorégiót.

4.1. Az együttműködés célja a régió vonzóbbá tétele

A térség két nagy európai fejlődési övezet találkozásában helyezkedik el: egyrészt a Bécs–Budapest tengely, másrészt a Velence–Trieszt–Ljubljana–Budapest tengely.

Jellemző továbbá, hogy Nyitra kerülete a Nyugat Szlovákiai régió része, ami Szlovákia második legdinamikusabb gazdasági térsége – gazdasági politikai és kulturális életben fontos helyet foglal el. Dinamizmusa a pozsonyi régiót követi.

A terület gazdasági potenciálja igen erős, dinamikus, fejlődési pozíciója igen jó. Komárom-Esztergom megye, az eurorégió gazdasági-tér szerkezeti fejlődésének rugója.

Az Ister-Granum Eurorégió várhatóan a gazdasági piacképesség tájszerkezete szerint alakul. Az Ister-Granum Eurorégió szempontjából a Duna nem elválaszt, hanem összeköti a térségeket, régiókat, a Duna mint VII. korridor, növekedési hatóerő, hiszen a történelem során társadalmi-gazdasági erőkoncentráló szerepe volt, kultúrák halmozódtak fel, mely ezt a térséget meghatározó térszerkezeti elemmé tette. Napjainkat a gazdasági modernizáció jellemzi. A gazdasági fejlődés, növekedés katalizátora a fejlett feldolgozó ipar mellett a szolgáltató üzleti szektor, elsősorban a fejlett szolgáltatások, így a turizmus.

Természetesen nemcsak a termelő és üzleti szolgáltatások gyakorolhatnak hatást a régió gazdasági növekedésére. Az Ister-Granum Eurorégió kedvező lehetőségeket tudhat magának. A vonzó földrajzi környezet nem csupán tájképi szépséget, kellemes természeti környezetet jelent, hanem attraktív hatásai igen jelentősek. A Duna, mint folyó hozzájárul az attrakció erősséghez.

4.2. Az Ister-Granum Eurorégió turisztikai dimenziója

1989 után Szlovákiában jelentős volt a turizmus extenzív fejlődése. Az érdeklődést fokozta az újonnan alakult ország iránti kíváncsiság, illetve a nyitott határ és a Szlovákia területén lévő természeti vonzerő. A jól működő idegenforgalom feltétele a kedvező geológiai, geomorfológiai viszonyok a flóra, fauna, természetes és mesterséges tavak, hévízforrások és számos történelmi-kulturális nevezetesség. A régió idegenforgalmi adottságai kedvezőek mégis látogatottsága alul marad. Az Ister-Granum Eurorégió számos turisztikai célterülettel rendelkezik. A természetjáró turizmus, az üdülő-, vízparti és vízi turizmus, vadász- és kiránduló turizmus, kulturális és örökségturizmus, gasztroturizmus, de a feltételei megvannak a falusi turizmusnak is.

Az eurorégióban a sok műemlék és pezsgő kulturális élet adja a fő attrakciót, és fontos szerepet tölt be a gyógyturizmus is (Párkány, Visegrád). A szálláshelyek legnagyobb részt a nagyvárosokban vannak: a szlovák oldalon a tradicionális fürdővárosokban, a járási székhelyeken, Magyarországon is elsősorban a városokhoz köthető.

Az országhatárt átlépő utazási motiváció tranzit és üzleti célú utak, illetve rokonok és barátok felkeresése, ezt követi a szabadidős célú utazás, amit a vízhez kötődő rekreációs igény motivál. A víz mellett üdülők egyaránt keresik fel a környező hegyeket, történelmi emlékeket, jelentős a gyógyhelyek gyógyászati és wellness szolgáltatások felkeresése, a termál és gyógyturizmus elsősorban a családok és idős korosztály számára igen hangsúlyos. Az Ister-Granum Eurorégió szempontjából jelentős fogyasztói célcsoportot alkot a kerékpáros és természetjáró turizmus, valamint erősödő motivációt mutat a kulturális örökség turizmus is.

Nagy lehetőség rejlik az üzleti ill. konferencia turizmusban is.

A rendszerváltást követően csökken a diszkrecionális jövedelem, amit a szabadidős kiadásokra fordíthatnak a családok, felszámolódott a szociális üdülési rendszer. A határok megnyitásával a fizetőképes turista rétegek sok esetben tengerparti, vagy exkluzív környezetet választottak kikapcsolódásuk színhelyévé. A belföldi vendégforgalom jelentősen visszaesett, elsősorban az erős desztináció image-ű területekre koncentrálnak – ezzel tovább szélesíti a kínálatban nyomon követhető területi különbségeket – még súlyosabban érinti a határ menti depressziós területeket.

A turisztikai termék sajátos ága, hogy az idegenforgalmi vállalkozás csak részben képes azt előállítani. A turizmus a terciér szektor reményteljesebb ágazata, mert a turista nem magáért a szállodai szállás szolgáltatásért indul útnak, hanem a desztináció faktorát (táj, éghajlat) veszi mérvadók. Az idegenforgalmi kereslet fontos pontja a fogadóterület, amihez alkalmazkodnak a turisztikai szolgáltatások.

A turizmus és a kapcsolódó szektorok a GDP és a foglalkoztatás 7%-átadták. Egy főre jutó idegenforgalmi bevételhez 2001-ben elérték a 120 eurót Szlovákia a világ idegenforgalmi bevételének 0,7%-át adja.

5. Borturizmus az Ister-Granum Eurorégió területén

A támogatások, állami beruházások már a rendszerváltás előtt is arra irányultak, hogy a déli vidékek maradjanak meg alapanyag-termelőnek, az ipar – ezzel együtt a feldolgozott termék magasabb haszna – pedig minél északabbra kerüljön. Ezért aztán a nagyobb szőlőterületek mellett nem alakultak ki regionális „borkombinátok”, legfeljebb olyanok, melyek alapbor készítésével foglalkoztak, amit aztán tartálykocsikban szállítottak tovább, feljavítandó északon termett vékonyabb, savasabb tételeket. Akkoriban családi pincészetéről szó sem lehetett. A szőlőt a kistermelők és a szövetkezetek eladták, elsősorban a Bazin és Nyitra környéki nagyüzemeknek, az évszázadok során kialakult pincefalvak, szőlőhegyek pincéiben pedig csupán saját fogyasztásra termeltek a helybeliek néhány hektó bort családonként.

A rendszerváltás sem hozott eleinte túl nagy változást, hacsak azt nem, hogy a szőlő felvásárlási ára az inflációt figyelmen kívül hagyva egyre lejjebb csúszott, ami miatt egyre másra hanyagolták el az ültetvényeket a gazdák.

Az ezredforduló tájékán néhány helyi vállalkozó úgy döntött, hogy hagyományörzésből, küldetésstudatból, borszeretetből, vagy éppen kitörési lehetőséget keresve megalapítja saját pincészetét. A helybéli, újonnan, bár több esetben régi családi gyökereken, alakuló pincészetek megkezdték az útkeresést.

5.1. Dél-Szlovákiai Borvidék

A mai Szlovákia legmelegebb, legkiválóbb adottságú szőlőterületei a Párkánytól Érsekújvár felé húzódó Garam menti hátság déli-délnyugati lejtőin, a Garam folyó bal partján és az Ipoly völgyének néhány különleges mikroklímájú dűlőjében találhatók. Mindez azonban nem képez külön, jól lehatárolt borvidéket, hanem egy nagy egység, a Dél-Szlovákiai Borvidék része. Szlovákiában a területi felosztás eléggé elnagyolt. Gyakorlatilag az ország egész déli része összefüggő borvidékek láncolata „5345 hektáros borvidék”.

1. táblázat. A borút által érintett települések száma a párkányi borkörzetben

A borút által érintett település	A borospincék száma	A szőlősgazdák száma
Bátkeszi	271	87
Bény	10	660
Dunamocs	50	135
Karva	54	33
Kéménd	280	190
Kőhidgyarmat	159	85
Muzsla	283	425

Szerk. Hartl M.

A turizmus folyamatosan bővülő mégis erős versenyhelyzetű piacán két terméknek van sikeresélye:

1. Megbízhatóság és hagyománytisztelet. Olyan idegenforgalmi terméket kínál, amely bejáratott, ismert és kipróbált. A vevő, az üdülni vágyó számíthat a minőségre, ezt a termék kialakulása során nyert tapasztalatok garanciája jelenti.
2. Újdonság iránti örök vágyakozás. Ez olyan kínálat, mely az első pillantásra csábító, erős az újdonságértéke, ha kellő a marketing tevékenysége, tehát jól menedzselik, kellően informálják, akkor hozzá férhető és megismerhető. Egyszerre kell jelen lennie a stabilitásnak és az újdonságnak.

A borút, mint idegenforgalmi termék tartalmazza e sajátosságokat:

- minőségi termék (helyi bor, vinotéka, kóstoltatás, boreladás, kapcsolódó rendezvények, gasztronómia élvezete, sütések-főzések, pincészer),
- minőségi szolgáltatásokkal kapcsolatba kerülni a helyi hagyományokkal, vidéki élettel (falusi turizmus: vadászat, horgászat, lovaglás, fafaragás, csuhézés, csipkeverés, kékfestés),
- hagyományos, mert a történelmi borvidék ősidők óta fogad vendégeket borkóstolás, borvásárlás megjelent már a borvidéken),
- a jó-kiváló minőségű borra alapozva jelentős vendéglátást lehet kiépíteni. Belső fejlődéssel, Esztergom, Párkány vendégeire alapozva idegenforgalmi kínálatok szerveződhetnek.

Szükséges az egységes borúti arculat kialakítása, megjelenése. A helyi lakosság többsége nem tud eladóként kilépni a turizmus piacára. Legfontosabb adottság a bor nem tudja mozgásba hozni a települések gazdaságát, népességét. A benne rejlő adottságok kibontakozást, a helyi lakosság és a települések „helyzetbe hozását”, a térség dinamizálását segítené a Mária Valéria Nemzetközi Borút program kidolgozása, elindítása, működtetése. A borászatban és a turizmusban meglévő adottságokra építve a borturizmus egy különleges térségi megoldás. A mai terminológiát alkalmazva: területfejlesztési és vidékfejlesztési célokat szolgál. A borászat és a kapcsolódó turizmus fejlesztése révén erősödhet a helyi gazdaság, ösztönzi a helyi vállalkozásokat és vonzza a külső befektetéseket.

A borút program várható előnyei:

- minősített szolgáltatások számosságának növekedése (magánerős beruházások, melyek növelik a térség kínálatát),
- a minőségi bortermelés térségi bázisa megerősödik, összekapcsolódik a turizmus fejlesztési irányával,
- a turizmus és a bor kölcsönösen és hatékonyan növeli a tájegység ismertségét. A borok piaci megítélése a turizmus révén tovább erősödik,
- borúti kiadványok születése, borkatalógusok, borúti egyesület működése,
- a turizmus pezsdítő hatása digitális, a térségi fejlődés nem kiegyenlített (borászat-tal foglalkozó településeken generáló hatású, környező falvakban kedvezőtlenebb helyzet várható),
- jelentős fejlődést mutat az image, ez egységes arculatú megjelenés az invitatív-kiadványokban és az információs irányítótáblákban, várhatóan a kommunikációban, média-megjelenésben,
- szervezetfejlesztés, együttműködés: borvidékek borszakmai szervezetek, bor kultúrával foglalkozó szervezetek (borrendek), civil szerveződések (borkultúra alapítványok, egyesületek), borút egyesületek, képzések.

A kínálat legerősebb szegmense a borkóstoltatás és eladás, ezt követi a gasztronómia és a szálláshelykínálat (boreladás, kóstoltatás, étterem, vinotéka, kézműves bemutató, panzió, lovagoltatás, kocsikázás, múzeum, kiállítás, rendezvények).

6. Összegzés

Az Ister- Granum Eurorégió turizmusa figyelemre méltó, hiszen Magyarország és Szlovákia turista forgalmának jelentős részét adja. Az eurorégió idegenforgalmi adottságai alulhasznosítottak, fejlesztendő az idegenforgalmi marketingtevékenység, marketing-kommunikáció, egységes arculat kialakítás. Hangsúlyozni kell az összefogások, hálózatos szolgáltatások fontosságát, a tematikus kínálati csomagok kidolgozását.

A gyógyturizmus wellness programok, a kulturális turizmus, a falusi turizmus és a börturizmus a települések számára fejlődést, munkahelyek létesítését jelentheti. Az eurorégió ereje a nemzetközi fellépésben rejlik. A közös célok megfogalmazása és megvalósítása erősíti az eurorégió gazdasági stabilizálódását.

Az eurorégió együttműködésének fő célja a regionális fejlesztés, mely Európa pénzügyi támogatásokkal valósítható meg.

Az államhatár már nem akadályozza a térszerkezeti vonalak összekapcsolódását, ezt segítik a térségben létrehozott eurorégiók sokasága.

Irodalomjegyzék

- Hansen, N. (1977): Border regions: a critique of spatial theory and a European case study *Annals of Regional Science* 15. pp. 255–270.
- Hardi T. (1999): A határ és az ember. In: Nárai M.–Rechnitzer J. Szerk. *Elvázlat és összeköt a határ*. MTA RKK, Győr–Pécs, pp. 159–189.
- Hardi, T.–Mezei I. (2003): A racionalizmus és nacionalizmus küzdelme. *Eurorégiók a Szlovák–magyar határon*. Comitatus 9. 67–74. p.
- Horváth Gy. (szerk.) (2004): Dél-Szlovákia. Budapesti–Pécs MTA RKK. Dialog Campus Kiadó.
- Mariot, P. (2002): A dunai térség néhány aktuális problémája Szlovákiában. In.: Dövényi, Z.–Hajdú Z. (szerk.): *A magyarországi Duna-völgy területfejlesztési problémái*. Budapest, MTA. 139–150. p.
- Rechnitzer, J. (2000): Határok és régiók. Szónokiné Ancsin G. (szerk.) *Országhatár menti együttműködések, mint a területfejlesztés új stratégiai irányai*. Szeged. JATEPress. pp.7–23.
- Süli-Zakar I. (szerk.) (2003): *A terület és településfejlesztés alapjai*. Budapesti–Pécs MTA RKK. Dialog Campus Kiadó. pp. 233–264.
- Puczkó, L.–Rátz, T. (2002): *A turizmus hatásai*. Budapest, Aula Kiadó.

DR. PHD REMENYIK BULCSÚ*–DR. PHD. BUJDOSÓ ZOLTÁN:** Eurorégiók szerepe a határ menti turisztikai együttműködésben

Abstract

The Euroregion indicates such geographical areas, which include the areas of two or more countries. They agreed in the fact, that they coordinate their activities in the interest of the development of the borderlands (Süli-Zakar 1998). So this is an area in which different kinds of cooperations exist between two or more states and local governments. These are mainly interregional, transnational, economical, social or cultural cooperations (Éger 2000). The most important tasks of the Euroregion are to help the coordination between the border areas, to support enterprises, to reduce migrational limits and to organize transport connections. Apart from these, a number of social, economical (e.g. police or criminal cooperation) activities can happen between borders (Mátyás 2008). Compared to our region, the length of our borders is large and the main part of our inhabitants live in frontier areas, since fourteen of our counties border with the neighbouring countries (Rechnitzer 1999).

1. Bevezetés

A regionális fejlődésnél abból indulunk ki, hogy a Kárpát-medencét regionális egységekre tagoló évszázados fejlődési folyamatok nem zajlottak le, másfelől viszont a Kárpát-medence egysége megkérdőjelezhetetlen (Tóth 1998). Különösen igaz ez a turisztikai régiókra vonatkoztatva, hiszen a természeti és a kulturális erőforrások koncentráltan jelennek meg a határaink közelében, azonban kiaknázásuk területén még jelentős elmaradások tapasztalhatók. A természeti erőforrások között sok különleges (uniquális) képződmény található a határainknál. Ezek egy része már világörökségi címet is nyert (Aggteleki-karszt, Fertő–Neusiedlersée kultúrtáj), a többi nemzetközi egyezmények (Ramsari egyezmény) védelme alatt áll (Dráva, Ipoly és a Duna határ menti szakasza) és közülük egyes területek jó eséllyel pályázhatnak a világörökségi címre. A közös kulturális erőforrások hasznosítása még kezdeti stádiumban van, annak ellenére, hogy az egyes testvérvárosok és megyék között a kétoldali kapcsolatokban nagy szerepet játszanak.

A határ menti turizmus fejlődése a rendszerváltozástól gyors növekedésnek indult, az addig elzárt határ menti városok egyre több turistát fogadtak és látványos fejlődésnek indultak. Magyarország 2004-es Európai Unió csatlakozásával új fejlesztési lehetőségekhez jutottak a határ menti területek és az euroregionális együttműködések. 2007 januárjától a schengeni határok már Magyarország keleti és déli határainál húzódnak, az északi és a nyugati határaink megszűntek (Szlovákia, Ausztria és Szlovénia viszonylatában). 2011-től Románia tagja lesz a schengeni övezetnek és a keleti határaink is eltűnnek (az ukrán-magyar határ kivételével). A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint (az utóbbi 3 évet vizsgálva) a szomszédos országokból érkező turistáknál az 1 napra látogatók száma Románia és Szlovákia viszonylatában növekedett, a több napra érkezők számánál (Szlovénia kivételével) mindenhol csökkenést lehet kimutatni (KSH 2008). Ha a turisztikai céllal érkezők számát vizsgáljuk, akkor kimutatható, hogy az egy napra látogatók legtöbbször Auszt-

* Főiskolai docens – Károly Róbert Főiskola Turizmus és Területfejlesztési Tanszék.

** Főiskolai docens – Károly Róbert Főiskola Turizmus és Területfejlesztési Tanszék.

riából és Szlovákiából jöttek, a több napra látogatók a legnagyobb számban Ausztriából és Romániából érkeztek (KSH 2008). Az adatok azt mutatják számunkra, hogy a határ menti turizmust érdemes fejleszteni, mert a szomszédos országokból jelentős számú turista érkezik hozzánk (Szlovákiából, Romániából, Ausztriából). A határ menti idegenforgalmi fejlesztések területén további lehetőség nyílna a volt jugoszláv tagállamokból érkező turisták számának növelésére (minimális számú turista érkezik hozzánk Szlovéniából, Horvátországból, Szerbiából), ehhez azonban megfelelő programkínálattal és marketingtevékenységgel kellene rendelkezünk.

2. Együttműködés a horvát–magyar határ mentén

A magyar–horvát határnál kialakuló határ menti turizmust hátrányosan érintette a Balkán-háború kirobbanása, amely negatív hatással volt a déli megyéink idegenforgalmára is. A közös területfejlesztési elképzeléseket segíti, hogy 2011-től Horvátország is az Európai Unió részévé válik és a 2009-es évtől kezdődően együtt pályázhatunk az uniós pénzekre. A turizmus területén ez azt jelenti, hogy ökoturisztikai paradicsom jön létre a Dráva és a Mura folyók mentén (Aubert 2007).

A közös fejlesztésekhez egy jól működő Dráva–Mura Régióra lenne szükség, amelyet a közös turizmuspolitika mellett a társadalmi-gazdasági kohézió tart össze, de fontos szerepet kap a tartós együttlét, a hagyományok, a kialakult közös értékrend, a közös identitástudat és a közös intézményhálózat is. A Dráva-tengely mentén összekapcsolódnak a folyó menti Európai Unió országok és létrehozhatnak egy olyan régiót, amely régió mindig is adott volt Graz–Ljubljana–Zágráb–Eszék–Pécs–Nagykanizsa között. Az infrastrukturális beruházások a térségben gyorsan haladnak, az új egységes régió része lesz egy olyan stratégiai összeurópai irány, amely a fejlett észak-olaszországi iparvidéket kapcsolja össze Kelet-Európával. A régió megalakulása után a régió legdinamikusabban fejlődő részei a Dráva és a Mura mellett lévő Lenti, Letenye és Nagykanizsa kistérségei, Szlovéniában a muraközi és murántúli, Horvátországban a csáktornyai zsupánság területei lesznek. A gazdasági növekedés infrastrukturális beruházásokkal jár, ide futnak össze a gyorsforgalmi utak. A másik összeurópai, stratégiai irány a Balti tengert köti össze az adriai kikötőkkel. Ugyanis a Dráva–Mura Régió hátszágát az adriai kikötők és a balkáni kapcsolatok jelentik Bosznia-Hercegovina, Szerbia, Koszovó és Montenegró felé. Az Európai Unió fejlesztési tervei között szerepel a TEM-nek nevezett hálózat kiépítése a Balkán felé. A Budapest–Pécs–Eszék–Szarajevó–Ploče összetett közlekedési folyosót, az 1997-es Helsinkiegyezmény V/C jelzéssel európai korridorként jelölték ki. Magába foglalja a közúti és a vasúti és a folyami közlekedés fejlesztését is, ehhez a beruházáshoz tartozik a Ljubljana–Zágráb–Belgrád autópálya felújítása is. A Dráva–Mura Régió fontos szerepet játszik a Bosznia-Hercegovina, Szerbia, Koszovó és Montenegró uniós csatlakozásában.

A Dráva menti területek hasznosítási lehetőségei kiaknázatlanok, a természeti és kulturális értékei ismeretlenek az emberek előtt. A „Zöld-folyosó” megővására hivatott Ős-Dráva Program, egy komplex területfejlesztési terv (Dávid–Rátz–Jancsik 2007). A program céljai tulajdonképpen a munkahelyteremtés, az infrastrukturális- és vidékfejlesztés és a gazdaságilag elmaradott terület felzárkóztatása. A turisztikai fejlesztésekben a szomszédos országok is érdekeltek, Ausztriában és Szlovéniában már nagy hagyományai vannak a Dráva menti turizmusnak, a vízerőműveknél létrejött tározók kedvelt kirándulóterületek mindkét országban. Mariborban híressé vált a tradicionális Lent Fesztivál, amely évről-évre nagyobb hírnévre tesz szert külföldön is, mint jelentős vízi turisztikai attrakció (a magyarországi Dráva szakaszon a kenuutúrákra van nagy kereslet). Horvátország Európai

Uniós csatlakozásának közeledtével, és a határok megszűnésével mindenki szabadon látogathatja majd a „Zöld-paradicsomot”. Érdemes, hiszen a terület európai viszonylatban is páratlan, teljes szépségében és gazdagságában szolgálja a természet védelmét és egyúttal a kikapcsolódást is. 2002-től a Duna–Dráva Nemzeti Park és a megyei önkormányzatok a Kopácsi-rét Természetvédelmi Parkkal közösen ökoturisztikai fejlesztésekbe kezdtek a folyó menti területeken. A magyar oldalon 2008-ban zárták le a projektet és ökoturisztikai attrakciók sora épült a Dráva menti településeken (látogatóközpontok, tanösvények) (www.dravamedence.hu). A horvát oldalon is több kezdeményezés indult az ökoturisztikai attrakciók kiépítésére a Kopácsi Réten és a Papuk Természeti Parkban. Azonban ökoturizmus szempontjából még kiaknázatlan területnek számít a repási (Repaš) vadászterület, a Crni Jarci erdőrezervátum, a jegeniši fürdőhely, a Mura és a Dráva torkolata, a Križnica, Jelkuš, Šironski otok természetvédelmi területek, valamint a Vir nevű mocsárvilág. Indokolt lenne a Dráva menti területek összefüggő védett területté nyilvánítása, ugyanis jelenleg a területek különböző szintű védettséget élveznek. Továbbá jelentős előrelépésnek számít a szerb–horvát–magyar összefogással létrejött Duna–Dráva Ökotáj tervezett kiépítése. A „Zöld-tengely” tovább terjeszkedhetne a Duna mentén Gemencig és fontos területekkel bővíthetne a Vajdaságban is (Apatin, Monostorszeg).

3. Esettanulmány: a Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégió

A Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégiót alkotó két megye természetföldrajzi és térszerkezeti szempontból is eltérő képet mutat. A magyar–román határtérségben az elmúlt években lefolytatott empirikus vizsgálatok alapján a határ menti kapcsolatok között a gazdasági együttműködések folyamatosan növekvő volumenük ellenére még mindig jóval kisebb arányt képviselnek, mint a protokolláris jellegű kapcsolatok, a Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégióban a történelmi tradíciók alapján mégis komoly esély van azok revitalizációjára (Bagdi–Demeter 2005). A történelmi Magyarországon belül ez a terület funkcionális gazdasági egységet képezett, és kihasználta a Királyi Magyarország és Erdély közötti kereskedelmi útvonalak áthaladását. A Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégió gazdasági tekintetben tehát mind a múltban, mind napjainkban számos hasonló adottsággal, ebből következően közös gondokkal küszködik (MTA RKK 2006).

3.1. A Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégió turizmusa

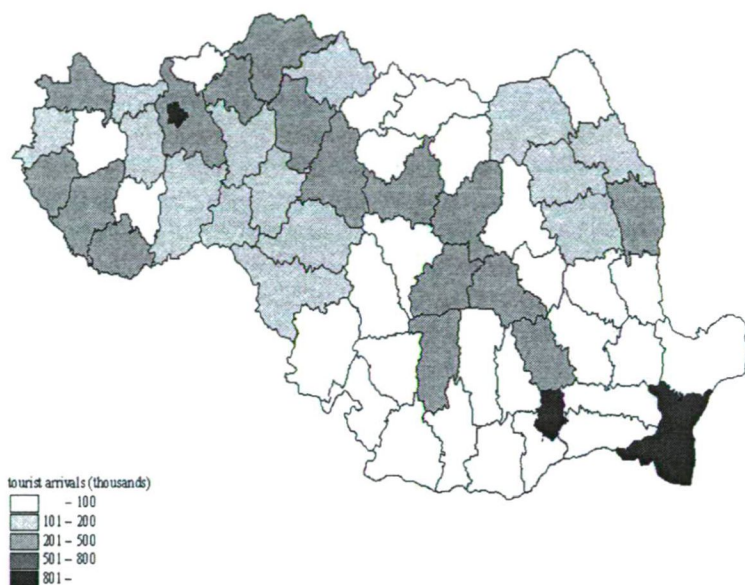
A 2007-es adatok alapján mindkét megye fontos szerepet játszik országa turizmusában. A térség összességében kedvezőtlen gazdasági szerkezetét és több szempontból hátrányos helyzetét, illetve a rendelkezésre álló természeti és egyéb értékeket-adottságokat figyelembe véve érthető a kiemelt figyelem. Hajdú-Bihar megyében az idegenforgalom statisztikai mutatói alapján egyértelműen meghatározó szerepe van a Debrecen–Hajdúszoboszló–Hortobágy háromszögnek, miközben a határ menti területek sokkal gyengébb eredményeket tudtak eddig felmutatni.

Bihar megyében kiemelt kérdésként kezelik a Bihar hegység turisztikai értékeinek kiaknázását, azon belül is előtérbe helyezték Biharfüred síparadicsommá fejlesztését.

A két ország turizmusára az utóbbi időben a turistaérkezések magas, a bevételek alacsony száma jellemző. Mindkét megye ötödik helyen áll a kereskedelmi szálláshelyek száma alapján

Turistaérkezések alapján Hajdú-Bihar megye a 6., Bihar megye a 9. helyen állt. A kereskedelmi szálláshelyek kapacitás kihasználtságát tekintve mindkét megye az ötödik pozíciót foglalta el. A szállásférőhelyek elhelyezkedése mindkét megyében igen erő területi koncentrációt mutat, s jellemző, hogy első helyet egyik esetben sem a megyeszékhely fog-

lalja el. Hajdú-Biharban Hajdúszoboszló és Debrecen kiemelkedő szereppel rendelkezik, amelyeket a Tisza és a Hortobágy turisztikai vonzerejének köszönhetően Tiszacsege és Hortobágy község követ. Bihar megyében a Nagyvárddal szomszédos Sinmartiné a vezető szerep a település területén található Félixfürdő és Május 1. fürdő révén, a második helyet elfoglaló Nagyvárad már csak alig több mint 10%-át éri el Sinmartin szállásférőhely számának. A hegyvidéki térségben több olyan település is található, ahol a férőhelyek száma meghaladja az ötvenet, közülük is kiemelkedik Bulz község (MTA RKK 2007)



1. ábra. Turistaérkezések száma a vizsgált területen
(Forrás: Központi Statisztikai Hivatal 2007)

3.2. Fejlesztési lehetőségek a Hajdú-Bihar-Bihar Eurorégióban

Az egészségturizmusban, azon belül is a gyógy-, fitness- és wellnesturizmusban rejlő lehetőségek egyre nagyobbak. A hivatásturizmus elsősorban a nagyvárosok, Nagyvárad és Debrecen életében jelentős szerepet tölthet be (Mező 2003). Egyre több hazai és külföldi, multinacionális cég választ stabil kelet-közép-európai bázist további terjeszkedése számára (Husztí-Tenk 2009). Mindkét város földrajzi fekvéséből adódóan igen kedvező helyzetben van, geopolitikai helyzete (transzferzóna) kitűnő. A tárgyi és szellemi kultúra részeként szerepelnek a különböző gasztronómiai érdekességek, tájjellegű ételek, italok, receptek (Michalkó 2006). A vizitorturizmus feltételei ha nem is eszményiek, de megvannak az Eurorégióban (Radics 2008):. Az ökoturizmus szempontjából kiemelkedő a Világörökség részét képező Hortobágy területe. Szintén szerepet kap az ökoturizmus a Tisza-tó turisztikai fejlesztési koncepciójában, Egyek település központtal. Biharban az ökoturizmus számára három terület kialakítása látszik célszerűnek: a Bihar-hegység Vaskohsziklás központtal, a Király-erdő Belényes központtal és a Réz-hegység Élesd központtal. Problémát jelent ugyanakkor, hogy ehhez semmiféle feltétel nem áll még rendelkezésre (Kiss-Benkhard-Dávid 2007).

Irodalomjegyzék

- A Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégió helyzetfeltáró tanulmánya. MTA RKK, 2006, 73 p.
- A Hajdú-Bihar–Bihar Eurorégió turisztikai fejlesztési koncepciója és programja. HBKIK, 2004, 135 p.
- Aubert (2007): A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. Pécs, 391 p.
- Bagdi–Demeter (2005): Nyelvhatárváltozás, Asszimilációs Helyzetek És A Statisztika Megbízhatósága Zemplén Megye Példáján. In: Tisicum XIV. – A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Múzeumok Évkönyve, pp. 359–383.
- Baranyi (2005): A határmentiség dimenziói Magyarországon. Dialog-Campus. Pécs, 2005, 318 p.
- Czimre (2005): Az Eurorégiók szerepe a határon átnyúló kapcsolatok erősítésében In: Süli-Zakar I.: A terület és településfejlesztés alapjai. Dialog-Campus Kiadó, Pécs–Budapest.
- Dávid–Rátz–Jancsik (2007): Turisztikai erőforrások. Budapest, 397. p.
- Druva–Druvaskalne–Slara (2007): Sustainable tourism development: Lake Burtnieks as destination or part of tourism activities in Latvia In: (ed.: Németh-Dávid): Handbook of Lakes and reservoirs. Gyöngyös, pp. 46–56.
- Éger (2000): Regionalizmus, határok és kisebbségek Kelet-Közép-Európában. Osiris Kiadó. Budapest, 187 p.
- Husztí–Tenk (2009): Szervezetek és kapcsolatok a fejlesztésekben In: (szerk: Süli-Zakar I.): Bevezetés a terület és településfejlesztésbe. Dialog Campus Kiadó. Pécs–Budapest, 240 p.
- Kajati (2003): A nemzetközi villamosenergia-forgalom az UCTE-rendszerben, különös tekintettel a CENTREL-országok határai mentén. In: szerk: Süli-Zakar I.: Határok és határmentiség az átalakuló Közép-Európában. Debrecen, pp. 344–353.
- Kiss–Benkhard–Dávid (2007): A földtudományi értékek, a természetvédelem és az ökoturizmus kapcsolata a Mátrában. Folia Historico Naturalia Musei Matraensis 31. (A Mátra Múzeum Természettudományi Közleményei 31.). Gyöngyös, pp. 189–195.
- Kovács (2008): Regionális tervezés és programozás az Észak-alföldi Régióban In: (szerk.) Süli-Zakar I.: Határok és határmentiség az átalakuló Közép-Európában. Debrecen, pp. 140–153.
- Mátyás (2008): Police collaboration of Hungarian and Romanian counties on the frontier In: (szerk.): Süli-Zakar I.: Neighbours and Partners. Debrecen, pp. 154–164.
- Michalkó (2006): A bevásárlóturizmus Magyarországon. In: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalma. Cartographia. Budapest, 140 p.
- Mező F. (2003): Debrecen, a keleti transzferzőna kapuvárosa In: szerk: Süli-Zakar I.: Határok és határmentiség az átalakuló Közép-Európában. Debrecen, pp. 121–140.
- Patkós–Dávid (2003): Turizmus és európai identitás Schengen után In: szerk.: Süli-Zakar I.: Határok és határmentiség az átalakuló Közép-Európában. Debrecen, pp. 302–317.
- Radics (2008): Tourist-territorial development program in the Hungarian-Ukrainian border In: (ed.: Süli-Zakar I.: Neighbours and partners). Debrecen, pp. 333–345.
- Rechnitzer (1999): Határ menti együttműködések Európában és Magyarországon. Az osztrák–magyar határ menti együttműködés a kilencvenes években. In: Elválaszt és összeköt – a határ (szerk.: Rechnitzer). MTA Regionális Kutatások Központja. Pécs–Győr, pp. 9–72, ill. pp. 73–127.
- Süli-Zakar (1997) A Kárpátok Eurorégió szerepe a határon átnyúló kapcsolatok erősítésében – Comitatus. Budapest, pp. 30–43.
- Tóth (1998): Általános Társadalomföldrajz I. Dialóg Campus. Budapest, 448 p.

DR. PHD SUBA JÁNOS:^{*}

A trianoni hármashatárok kijelölése

Abstract

A "triple" or "tergeminat" frontier is the meeting point of the frontiers of three neighbouring countries. The boundary stone which marks it, named "triplex confinium", is generally a monumental, obelisk-like work of art. Along the frontiers of Hungary, established by the Trianon Peace Treaty and traced out on the terrain, there were four such triplex confinia. Their establishing and indication was done as a result of long negotiations and without the knowledge of the Hungarian party sometimes. The study treats the political efforts in this concern and explains how the location of the tergeminat frontier marks have been positioned, together with the presentation of the different types of the monuments. It is worth mentioning that no one of the original four Trianon tergeminat frontier marks are standing on their primary places today.

1. Bevezetés

A hármashatárok, három állam államhatárának találkozási pontját jelenti. A terepen hármashatárjelek (Triplex Confinni) jelzik a három szomszédos állam közös határszakaszának kezdetét, illetve végét (Suba 2003). 1920. június 4-én Trianonban aláírt békeszerződés 27. cikke határozta meg Magyarország új határvonalát. A leírásban konkrétan szerepelnek a hármashatárok, a szakaszok végpontjai, illetve kezdőpontjai. A határvonal részletes megállapítását a békeszerződés 29. cikke a bizottságokra bízta. A Határmegállapító Bizottságok (HMB) a Szövetséges és Társult Hatalmak és az érdekelt államok képviselőiből álltak, amelyet szintén törvénycikkek szabályoztak (a 42., 46., 50. és 71. cikkelyek.) (Suba 1994). Magyarországnak a trianoni békeszerződés értelmében négy hármashatárpontja került megállapításra, kijelölésre, határjelekkel való állandósításra.

2.1. Az ÉNY-i (magyar–osztrák–csehszlovák) hármashatárpont megállapítása

Itt Két bizottság is érdekelt volt, míg végül a Köpcsényi (Kittsee) hármashatárpont megállapítását a Magyar–Osztrák HMB. (M-O. HMB) hatáskörébe utalták. A magyar javaslat három pontot jelölt meg. Magyar szempontból a legideálisabb hely a régi osztrák határ, amely Griechen-Aunál érte el a Dunát. (Ennek a valószínűsége kevés volt, mert az osztrákoknak ítélt [Nezsider] Pandorf-Pozsonyi és a Hainburg-Pozsonyi vasútvonalat szakította volna meg.) A második magyar javaslat célja az volt, hogy a pozsonyi hídfő határát északabbra tolja ki. Ez a pont a Pozsony–Ligetfalui vasútállomástól délre fekvő háromszoros vasúti elágazás, vagy közelében kijelölendő pont. A harmadik javaslat célja az volt, hogy a Battyányi-Strattmann herceg Köpcsényi uradalmát ne ossza fel három részre, és három országba. Ezért a javasolt hármashatárpont Antonienhof és Durvay téglagyár vasútállomás közti terepen volt. A magyar javaslat 2–3 változatát az osztrák fél is támogatta (Suba 1996).

A határpont helyét az 1921. okt. 7-én a M-CS., M-O. és az O-Cs HMB. együttes Pozsonyi ülésén történt. A hármashatárpont helye a St. Germaini és a Trianoni békeszerződés

^{*} Térképtárvezető – HM Hadtörténeti Intézet és Múzeum Hadtörténeti Térképtár.

szövegének szó szerinti értelmezésével pontosan 1 km-re Antonienhoftól NY-ra állapították meg. A gazdasági viszonyokat teljesen figyelmen kívül hagyva a Battyányi-Strattmann birtok kellős közepére helyezték. Így a birtok szükségszerűen három ország területére esett. A HMB-ok formailag tökéletesen interpretálták a békeszerződés szövegét (Suba 1997a). A szavazásnál a magyar és az osztrák delegáltak ellene szavaztak, míg a csehszlovákok és a nem érdekelt hatalmak mellette. Kiszálltak a helyszínre is, ahol „...az entente tagok nagy lelkiismeretességet mímelve igen érdeklődtek az iránt, hogy pontosan hogy volna az osztrák és a magyar javaslat szerinti hármashatárpont úgy eltolandó, hogy a pont a Battyányi-Strattmann birtok széleire essék.” (Suba 1996). Ez kb. 300 lépés = 90 m eltolást jelentett volna. A helyszíni szemle sem befolyásolta a HMB tagjainak álláspontját.

A köpcsényi hármashatárpontot 1922. máj. 9-én állandósították (Suba 1997a). A határjel egy háromoldalú hasáb, amelynek minden oldalára az érdekelt államok címere van bevésvé. A csehszlovák és az osztrák címer alatt két időpont, mégpedig 16. VII. 1920. és 26. VII. 1921. van feltüntetve. A magyar címer alatt csak az utóbbi szerepel. A határjel több részből álló hasáb. Az alsó része 80 cm-re van a földbe süllyesztve. A földfeletti része három darabból áll, amelyek félméterenként keskenyednek. A határjel földfeletti magassága 240 cm. Igaz, hogy a hasábok élei nem eshetnek egybe a három határvonal irányával. A hármashatárkö árát, és felállítását a Csehszlovák delegáció fedezte (Suba 1996, 2001a).



1. ábra: A magyar–csehszlovák–osztrák hármashatárpont
(Forrás: A szerző saját szerkesztése [Suba 1996])

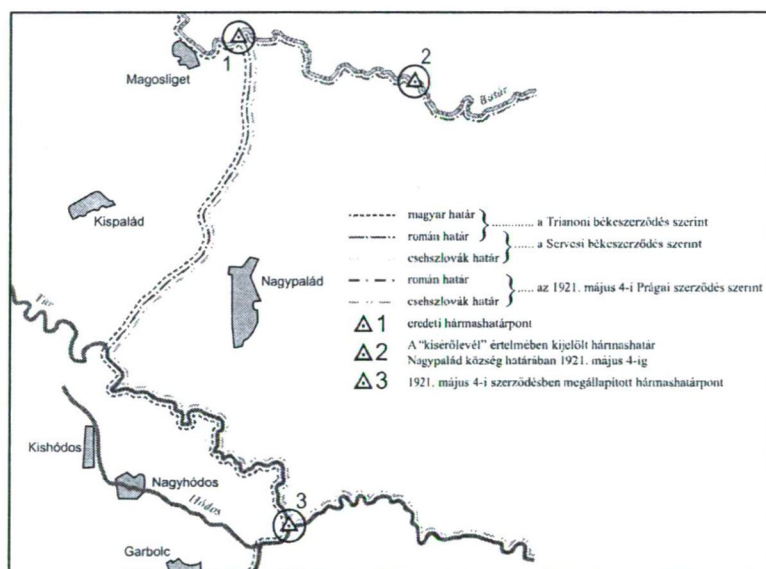
2.2. Az ÉK-i (magyar–csehszlovák–román) hármashatárpont megállapítása

A csehszlovák határszakasz utolsó XIX szakaszának (a Csaptól a Magasligei hármashatárpontig terjedő szakasz) tárgyalása során a megszavazott vonal csak jelentéktelen változásokat eredményezett a demarkációs vonallal szemben. A HMB csak a legkivívóbb birtokátvágásokat igyekezett néhol megszüntetni (Suba 1997b).

A román és a csehszlovák kormány az 1921. május 4-i prágai határegyezményben a csehszlovák–román határt – a nehéz közlekedési viszonyokra hivatkozva – a Túr és Hódos patak összefolyásához tette át, így a közös határpont 10 km-re délre tolódott el. Románia ezzel 115 km² terület nyert, Csehszlovákia kompenzációban nem részesült (Suba 1996).

A román határszakasznál az M szakaszhoz (Zaja-Magosliget) tartozott az ÉK-i hármashatár. A Nagykövetek tanácsa 1923. február 3-án kötelezte a M-CS HMB-ot, hogy régi Magasligeti hármashatárpont és az új Nagypaládnál lévő hármashatárpont közti szakaszt vegye át, úgy ahogy azt a M-R HMB megállapította. Így kb. 22 km-es határszakasz került át a M-CS HMB hatáskörébe (Suba 2000a). 1923. febr. 26-án a hármashatárpont meghatározására összeült a M-CS., M-R., és a R-CS HMB. A közös ülésen a két magyar biztos nemmel szavazott a hármashatárpont áthelyezésére. A M-CS HMB a Túr folyónál úgy döntött, hogy a folyó déli szakasza (a Nagypaládi hármashatárpont és a Fertőalmás–Nagypaládi község határ között) fix határt képezzen, míg a folyó északi részére (Nagypalád–Kispaládi község határ) ezt nem mondta ki. Később – 1924. szept. 12-én – hozzájárultak ahhoz, hogy ez a rész is fix határ legyen (Suba 1996).

Az Észak-keleti (MO.CS.R.) hármashatárpont vízmederben fekszik. Pontos fekvését a gránitból készült határoszlop által megjelölt egyenlő oldalú háromszög központja adja. Rajta van az illető államok neve és címere és a trianoni békeszerződés aláírásának a napja. A csehszlovák oldalon ezen kívül a sevres-i békeszerződés aláírásának a napja is be van vésve (Suba 2001a).



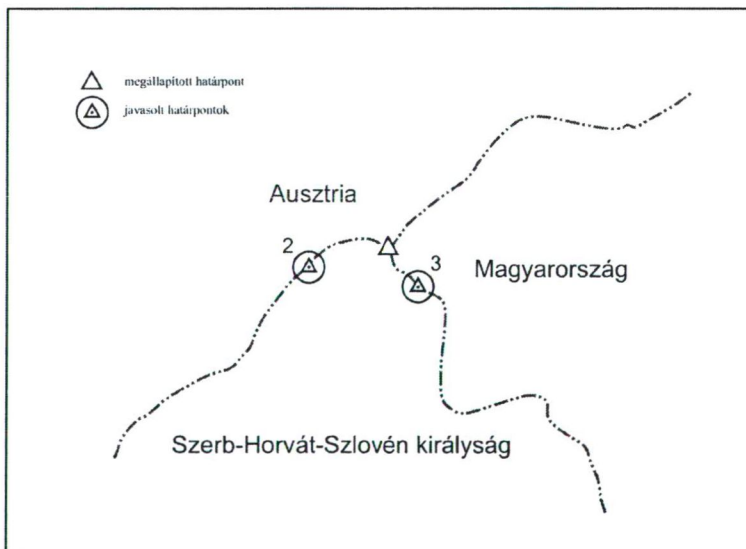
2. ábra. A magyar–csehszlovák–román hármashatárpont
 (Forrás: A szerző saját szerkesztése [Suba 1996])

2.3. A DNY-i (magyar–jugoszláv–osztrák) hármashatárpont megállapítása

A délnyugati hármashatárpont megállapítása a M-JU. HMB. hatáskörébe tartozott. A hármashatárpont először 1921. szept. 15-i ülésen merült fel, amikor a HMB. elhatározta, hogy kitűzi ideiglenesen a trianoni vonalat (Suba 1999). Magyar szempontból előnyös volt a trianoni szerződés szó szerinti alkalmazása, amely szerint a határ a vízválasztó vonal mentén állapítandó meg. A magyar biztos ezt az álláspontot hangoztatta a község határok tekintetbe vételével szemben. Ezt a véleményt a HMB. elfogadta. A határpontot a vízválasztó gerincen egy erdő fásításában egy taligaút mentén jelölték ki. Ez a pont azért is célszerű, mert így az erdőt nem kellett kivágni. Ez a pont azonban ideiglenesen lett megállítva. Azzal a kikötéssel, amennyiben a M-O. HMB. másképpen döntene, a hármashatárpont kelet-nyugat irányban eltolódhat.

A M-O. HMB. 1922. máj. 3–5-i ülésén döntött, az ülést helyszíni szemle előzte meg. A helyszíni szemlén három pontot néztek meg: A 380. magassági pontot, a magyar javaslat által a vízválasztó nyeregbe helyezett pontot, és a jugoszláv–osztrák határba az erdei út mentén bekapcsolódó pontot. A három pont közel fekszik egymáshoz. A magyar érdekeknek, az felelt volna meg, ha a magyar határvonal a vízválasztó irányában a jugoszláv–osztrák határt képező erdei útba kapcsolódnék be. A magyar biztosok azért ragaszkodtak az erdei útba bekapcsolódó ponthoz, mert így néhány hold erdőt sikerülne megmenteni Magyarországra számára. Az osztrák biztos a 380. magassági ponthoz ragaszkodott. A HMB tagjainak jobban tetszett a környéket uraló dombon fekvő pont, ahonnan nagyon jól be lehet látni a környéket. Ezért a HMB ezt a pontot választotta az érintett országok határainak találkozási pontjainak (Suba 1996).

A hármashatár jel egy piramis alakú és háromszögű, amelynek oldalai az illető ország felé mutatnak, amelyet – tekintettel a terep okozta nehézségekre – két darabba szállítottak a helyszínre. A felső gránit, az alsó betonból készülne a helyszínen. Az 1922. máj. 5-i ülésen nemcsak határoszlop formájáról döntöttek, hanem arról is, hogy az állandósítást az O-JU. HMB végzi. Az állandósítás 1922. máj. 25-én történt meg. A magyar és az osztrák biztosok mire megjelentek a helyszínen meglepődve tapasztalták, hogy az emlékmű jellegű határoszlop készen van. A magyar fél tiltakozott, egyrészt a határjel tervezetét nem mutatták be, így nem is járult hozzá, ezért önhatalmúlag építettek fel, másrészt, mert abban állapodtak meg, hogy háromszögelési pontként is funkcionál. Ebben az állapotában nem lehetett mérésekre felhasználni, mert mérete és alakja miatt külső pontból műszerrel nem lehet mérni. A határjel 185 cm magas, ez a magasság nem teszi lehetővé a határjelen való műszeres mérést. A HMB magyar tiltakozás dacára a Tókánál felépített határkövet elfogadhatónak találta (Suba 2000b). Ez után a magyar fél minden erőfeszítése odairányult, hogy az állandósítás költségeiből „Magyarországot ne terhelje nagyobb összeg, mint amennyit abban az esetben esett volna rá, ha az állandósítás a közösen elfogadott jegyzőkönyvi megállapodások szerint történne” (Suba 1996).



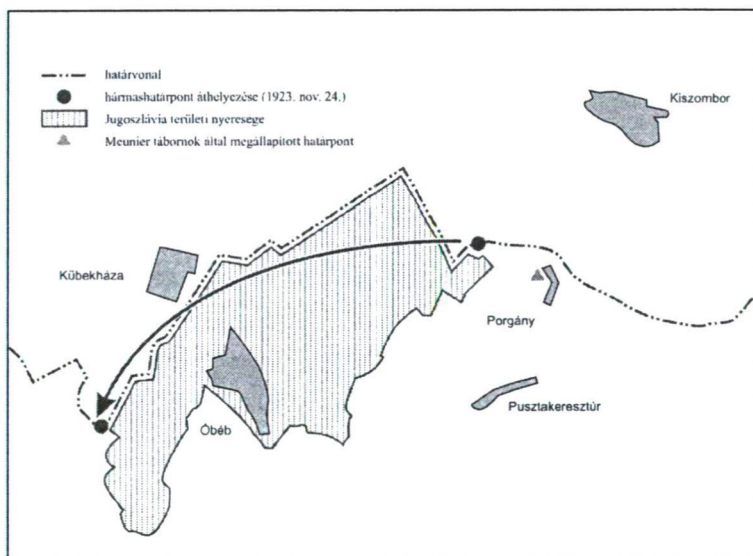
3. ábra. A magyar – jugoszláv–osztrák hármashatárpont
(Forrás: A szerző saját szerkesztése [Suba 1996])

2.4. A DK-i (magyar–román–jugoszláv) hármashatár megállapítása

A trianoni békeszerződés szövege szerint a déli hármashatárpont: Kiszombor állomástól délnyugatra kb. 4 km távolságra, kb. kelet-délkeletre a 84 magassági ponttól és délnyugatra a 83 magassági ponttól a helyszínen választandó pontig lett meghatározva (Suba 1996). A Román határszakaszon a demarkációs vonal Kiszombor község lakosainak birtokából kb. 550 hold területet vágott le. Elvágta egészében a szegedi kenderfonó gyár tulajdonát képező Porgány pusztai 5450 holdas uradalmat és levágta a békeszerződésben meg nem nevezett 960 lakosú, tiszta magyar ajkú Porgány kisközséget, melynek lakossága főleg az uradalomban dolgozott (Suba 2000a).

A hármashatárpontnak a terepen való kitűzése a M-R és a M-JU. HMB-oknak 1922. júl. 12-i helyszínen tartott közös ülésén történt meg. A békeszerződésben megállapított elméleti pontot a M-R HMB francia elnöke – Meunier tábornok – körző és vonalzó segítségével kiszámította. Az így megállapított határpont egy kis parasztbirtok közepébe esett úgy, hogy a birtokot három ország területére osztotta szét, és a Kiszombor község határát részekre szakította volna. Ennek a teljesen lehetetlen helyzetnek megváltoztatását kérte a magyar delegáció. Végül is a hármashatárt egy kilométerrel eltolták, ami által a határpont legalább egy községhatárra került. A diplomáciai csatározások során az a döntés született, hogy a román-jugoszláv határ megállapítása után döntenek a triplexről. A magyar javaslat, melyet az angol és olasz biztos is támogatott, a hármashatárpontot kb. 3 km-rel tolt el dél felé, anélkül, hogy a szerb–román határt megváltoztatta volna (Suba 1996).

A M-R és a M-JU HMB-ok a közös tárgyalásánál még három pontot javasoltak, melyek mindegyike eltért francia tábornok elméleti pontjától. Ennek ellenére a francia tábornok javaslatát többségi szavazattal elfogadták. A román határ „A szakasz” tárgyalásánál a HMB kénytelen volt Porgány községet és az uradalom egy részét a magyar félnek ítélni (Suba 2000a). Ez által ellentétbe került Meunier tábornok a hármashatárpont közös megállapításakor elfogadott álláspontjával s a közös bizottság akkori megállapításaival (Suba 1996).



4. ábra. A magyar–román–jugoszláv hármashatárpont
(Forrás: A szerző saját szerkesztése [Suba 1996])

A déli hármashatárpont 1923-ban a jugoszláv–román határkiigazítás során megváltozott. 1923. nov. 24-i területcsere következtében Óbéb községet Románia Jugoszláviának engedte át. Ekkor vetődött fel újra a triplex – 13 km-re délnyugat felé – eltolásának gondolata is, vagyis az 1922. jún. 12-i HMB határozat módosítása. A határpont eltolásához Magyarország nem járult hozzá. A M-R HMB feloszlata előtt úgy intézték el e kérdést 1925 júniusában, hogy a hármashatárkövet az 1922. jún. 12-i határozatnak megfelelően állították fel. 1925-től Óbébtől délnyugatra elég hosszan egy széles sáv választja el egymás tőszomszédságában párhuzamosan futó magyar–román, és a román–jugoszláv határvonalat (Suba 1996). Ez geodéziai szempontból egy mesterkélt konstrukció.

A Délkeleti hármashatárkö kiképzése emlékoszlopszerű. A termésköből faragott határjel 10 darabból áll, és súlya 22,24 mázsá. Ez 6 darabból álló 40 cm magas terméskő alapzaton áll. Ezalatt 60 cm vastag beton aléptítmény van (Suba 2003).

Magyarországnak a trianoni békeszerződés értelmében kijelölt négy hármashatárpontja közül ma már egy sem az eredeti helyén van, ahol eredetileg kijelölték.

Irodalomjegyzék

- Suba J. (1994): Trianoni országhatár kitűzésének politikai és technikai kérdései. In: „Háború, Forradalom, Trianon” Rendvédelem-történeti füzetek IV/5. szám (szerk.: Dr. Újhelyi Gabriella). Budapest 1994. 61–64. p.
- Suba J. (1996): Magyarország határának kitűzése és felmérése 1921–1925 között. (A határmegállapító bizottságok működése) 1996, Budapest. Doktori értekezés (kézirat.) ELTE BTK könyvtár II.
- Suba J. (1997a): A magyar–osztrák határ kitűzése és határokmányai. In: „Magyarok maradtunk” 1921–1996. Konferencia a Soproni népszavazásról. A Soproni Szemle kiadványai. Új sorozat 20. (szerk.: Turbuly Éva) Sopron. 1997. 71–82. p.
- Suba J. (1997b): A magyar–csehszlovák határ helyszíni megállapítása és kitűzése 1921–1925 között. In: Limes X. évf. 28. szám. 1997. 2. szám 29–41. p. Tatabánya.
- Suba J. (1999): A Jugoszláv királyság északi határának kitűzése (A Magyar–Jugoszláv Határmegállapító Bizottság működése 1921–1924) In: Jannus Pannonius Múzeum Évkönyve 43. (1998) (szerk: Uhertovich Ákos) Pécs, 1999. 223–242. p.
- Suba J. (2000a): A trianoni magyar–román határ kitűzése 1921–1925. In: Pótfüzet „Az Alföld történeti földrajza” c konferenciakötethez (szerk: Frisnyák Sándor). Nyíregyháza 2000. április 18–19-én megtartott tudományos konferencia előadásai. Nyíregyháza, 2000. 47–55. p.
- Suba J. (2000b): A magyar–jugoszláv határmegállapító bizottság működése 1921–1924 között. In: „A Mura mente és a trianoni békeszerződés”. „Pokrajina in trianonska mirovna pagodba” Lendavski zveki, Lendvai füzetek. 17. (Szerk.: Göncz László) 137–153. p. Lendva/Lendava. 2000.
- Suba J. (2001a): A magyar–csehszlovák határszakasz határköveinek története 1921–1925. In: A Nógrád Megyei Múzeumok évkönyve 2001. (XV. kötet). Balassagyarmat–Salgótarján, 2001. 31–49. p.
- Suba J. (2003): Az Államhatár megjelölése. In: Geodézia és Kartográfia LV. évfolyam, 2003/3. szám 31–33 p.

DR. HABIL. PÁL ÁGNES:^{*}
A Dél-alföldi határvidékek kutatásának rövid története

Abstract

The border zone research has become one of the most important objectives in geographical investigations in Hungary.

In the first phase of their research geographers formulated the academic problem itself; that is, whether or not border zone settlements develop differently from those settlements which are located in other parts of the country. Border zone location supposedly has an – advantageous or disadvantageous – impact on the development of a given settlement. In the next phase of the research – between 1991–1994 – empirical research was carried out. Statistical analyses and surveys through questionnaires were made in relation to the areas and settlements located in the vicinity of the Romanian–Hungarian and Serbian–Hungarian borders. This research was primarily aimed at exploring the economic relations of these settlements, and, as a result, the conclusion was drawn that in most cases border zone location is favorable when a developed region meets another relatively developed region. If the two sides of the border are both underdeveloped, that is, poverty meets poverty, or there is a considerable developmental gap between the settlements located on the two sides of the border, border zone location is only to preserve the peripheral characteristics of the given settlement.

1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedekben az államhatár mellett fekvő területek kutatása fontos témájává vált a honi geográfiának. A kutatások első fázisában magát a problémát fogalmaztuk meg. Majd a kutatás következő fázisában empirikus vizsgálatokra került sor. Ezek elsősorban a gazdasági helyzet feltárását célozták meg. Későbbiekben a fő kérdés a határokon átnyúló kapcsolatok felé terelődött, nem kis részben a létrejövő eurorégiós és a hazai régiós szerveződések hatására.

2. A határvidékek földrajzi fogalmai

A táj és az ember bonyolult és sokirányú kapcsolatrendszerének vizsgálatát, a maga sokrétűségben és komplexitásában való feltárását a 20. században kísérelték meg geográfusaink.

A II. világháború után megújult a geográfiai kutatás. 1951-ben alakult meg az MTA keretében a kutatóintézet, melynek feladatául tűzték ki: az ország, ill. egyes régiók természet- és gazdaságföldrajzi erőforrásainak, adottságainak kutatását, értékelését; az általános, ágazati és regionális földrajz elvi és módszertani művelését és továbbfejlesztését; földrajzi folyamatok, összefüggések feltárását; a földrajz tudomány történetének kritikai értékelését; tudományos színvonalú, közművelődési érdekeket szolgáló földrajzi ismeretterjesztést (Marosi S. 2001.)

A geográfiai kutatások emellett tovább folytak az egyetemek, főiskolák földrajzi tan székein úgy, mint a korábbi évtizedekben is.

^{*} Egyetemi magántanár – Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar.

Kutatási témáink főleg természetföldrajzi tájegységek alapján indultak (pl. a Duna–Tisza köze földrajza). A viták eredményeként kihangsúlyozódott a természetföldrajzi és gazdaságföldrajzi kutatások erőteljes elkülönülése.

A gazdaságföldrajzi kutatások központi kérdése a gazdasági körzetek (rajonok) kialakulása léte volt, amely főleg az 1960-as években bontakozott ki. Általánosan elfogadottá vált, hogy a körzetesítésnek a gyakorlati tervezési munkákat kell segítenie (Vörösmarti A. 1961).

A gazdasági körzetkutatásnak ehhez a szakaszához erőteljes ideológiai töltet kapcsolódott, ami adott történeti-társadalmi helyzetünk velejárója volt.

A JATE Gazdaságföldrajzi Tanszékén folytak kiterjedt kutatások, s gazdag vizsgálati anyagot gyűjtöttek össze, főleg a Dél-Alföldre, de az Alföldre is, sőt az ország területére is.

A régiók (gazdasági körzetek) kutatása kutatás mindig célirányos, erősen társadalomcentrikus, de alapvető cél a földrajzi folyamatok egyenkénti, komplex elemzése, a főbb összefüggések feltárása, a természet és a társadalom (ember és környezete) kapcsolatának idő- és térbeli vizsgálata, a földrajzi környezet feltárása, tényezőinek minősítése.

A statisztika a gazdaságföldrajznak épp úgy fontos segédtudománya, mint a közgazdaságtannak, vagy szociológiának. A statisztikai adatok tükrözik társadalmi folyamatok alakulását. Az infrastrukturális viszonyok – energiaelosztás, vízellátás, kereskedelem, lakásellátottság, területrendezés, szolgáltatások, egészségvédelem, kultúra, oktatás, közigazgatás, vagyis minden olyan tényezőnek a vizsgálata idetartozik, ami a termelés, elosztás, fogyasztás zavartalan mozgásterét biztosítja, amelyeket a statisztika nyomon követ.

A regionális vizsgálatok nem korlátozódnak a hatótényezők számbavételére, mivel a már kialakult régiók aspektusából kutatják a társadalmi-gazdasági-infrastrukturális-természeti szférák kölcsönhatás-rendszerét. Vagyis a regionális kutatások időben meghatározottak, csak attól kezdve értelmezhetőek, amikortól a termelőerők fejlődési folyamata eljutott abba a fázisba, amelyben olyan térségek különültek elegymástól, amelyeknek sajátos fejlődési ívük, struktúrájuk, jövőjük, bizonyos komplexitása van (Tóth J. 1988.)

Az utóbbi évtizedekben újra fellendülő szociálgeográfiai vizsgálatok egy-egy településre, településcsoportra, településkörzetre, vagy régióra vonatkoztak, másrészt egy-egy aktuális témakör ágazati feldolgozását végezték (iparföldrajz, idegenforgalmi földrajz, etnikai kérdések, határ menti térségek kutatása).

Az 1990-es évek átalakuló társadalmi-gazdasági folyamatai a földrajztudomány számára is komoly kihívást jelentettek. Folytak etnikai és politikai földrajzi kutatások, az átalakuló társadalmi-gazdasági viszonyok feltárására és a területre gyakorolt visszahatásának vizsgálatára, és ez napjainkban sem könnyű feladat. Míg a korábbi évtizedekben a tervezést elősegítő, támogató kutatások voltak igen jelentősek, napjainkban inkább a nemzetközi projektekhez való kapcsolódás keresése a jellemző. A politikai rendszerváltás kedvező helyzetet teremtett az országok közötti regionális együttműködésre. A fejlődés folyamatrendszere a nemzetközi régiók esetében politikummal mélyen átitatott.

2.1. Sajátos helyzetű térségek

Az egyenlőtlen, helyesebben eltérő adottságokkal rendelkező területeken fejlett, illetve elmaradott területek alakulnak ki. A hátrányos helyzetben lévő területek jelentős része periférikus fekvésű – országhatár és megyehatárok mentén, illetve közelében helyezkednek el. A huzamos ideig változatlan határokon csak bizonyos helyeken lehet átmenni – így tapasztalhatjuk ezt még két megyehatárnál is (a szomszédos megye területén lévő településekhez gyakorta nem vezetnek át kiépített közutak) –. Még inkább így van az országhatárok esetén. Igaz persze az is, hogy nem kizárólagos ez a megállapítás, nem minden határ

közeli térség elmaradott (Szeged, Pécs, Gyula). Tagadhatatlan azonban, hogy egy speciális helyzetben lévő térségről van szó.

A speciális területet eltérő jellegéből következik, hogy kutatásuk multidiszciplináris, hiszen problémáik szerteágazóak lehetnek. Az agglomerációkban pl. a települések szervezeti, tagolódásának, kapcsolatainak, az infrastruktúrájának, a szociális problémáknak bonyolult szövevénye van jelen, amelyek kutatására egyetlen tudományág képtelen.

A területi fejlődésnek (lehetnek elmaradottak vagy speciális jellegűek) törvényszerűségei vannak, amelyek hatnak a folyamatokra és természetesen azok eredményeire is.

2.2. A határ mentiség

A periféria és határ mentiség nem jelent szükségszerűen egybeesést, de mindenképpen sajátos helyzetű területek egy fajtáját jelenti.

A közigazgatás és a sajátos jellegű térségek kapcsolata ritkán megegyező, holott ezen térségek problémáinak megoldása jóval kedvezőbb feltételek között történhetne, ha a közigazgatási rendszerekben megfelelő módon tükröződnének.

A határ mentiség fogalmát Berényi I. (1988) sem tekinti a periféria jelleg szinonimájának, még pedig ezért nem, mert az ország határ menti területeinek kedvező, vagy kedvezőtlen sajátosságait, a területi struktúrában bekövetkezett változásokat főként „külső” hatás eredményének tekinti. A periféria-hatás ugyanakkor egy funkcionálisan összetartozó terület központjától való távolsággal alakul ki, a funkciók számának és intenzitásának csökkenésével.

Berényi szociálgeográfiai aspektusból kiindulva a helyzet értékelésében a lokalításra gyakorolt hatást, ill. ennek vizsgálatát tartja fontosnak. A határ mentiség ugyanis a különböző társadalmi csoportokat eltérően érinti, döntéseikben eltérő súllyal szerepel (hasonló pl. Erdősi F. 1988. álláspontja is).

2.2.1. Határ – határok

A politikai határok szorosan kapcsolódnak a nemzetállamok létrejöttéhez (Jeggle U. 1994). A nemzeti államok határai a saját nemzetiségnek a Föld felszínére vetített elképzelése, amely azonban csak mint zárt, nem pedig mint nyitott egység jelenik meg. A nemzeti államok kezdeteikkor rögzített, általános érvényű határok jönnek létre. Amennyiben nem voltak képesek az enklávék elfogadására, inkább beletörődtek az etnikai kisebbségek létébe, szembeülni kényszerültek a későbbiekben az etnikai alapú konfliktusok jelentkezésével.

A fogalom megközelítésekor fontos kiindulópont a tudományág – azaz politikai geográfia, szociológia, etnográfia –, sajátossága, valamint az, hogy milyen területek között húzódik ez a határ, két kultúrát, vagy részkultúrát választ-e el.

Politikai földrajzi értelmezésben az államok határa az elkülönülés és az együttműködés lehetőségét egyaránt magában hordja. A határ mentiség sajátos térbeli és politikai fekvést jelent. A határ menti települések fejlődését, fejlesztési lehetőségeit erőteljesen befolyásolja az államhatárokról alkotott kép és az államok közötti történelmileg kialakult viszonyrendszer.

Az országhatárok és a határ menti területek, zónák történetileg kialakult állapotot, helyzetet jelentenek abban az értelemben, hogy érintkező felületet képeznek az államok között. Az államok sokszínű napi politikai gyakorlata és együttélése jelzi, hogy a közös határok eltérő jellegű és minőségű lehetőségeket hordoznak magukban.

A politikai földrajz az államok térbeliségének és együttélésének kutatása során kidolgozta a határtant (limológiai). A különböző elméleti kiindulások következtében ez a politikai földrajzi határtan meglehetősen összetett, ellentmondásos. Sajátos, nemzeti érdekeket,

ill. törekvéseket kifejező irányai, nemzeti iskolái vannak. A francia politikai földrajz határelméletét jelentős részben a „természetes határok”-ra való törekvés motiválta, s így a francia hatalmi törekvéseket szolgálta. A német politikai földrajz határelméletét a „népiség” hatja át, meghatározó az etnikai határok és az államhatárok kölcsönhatásának vizsgálata. Az angol politikai földrajz határelméletére a „birodalmi jelleg” nyomja rá bélyegét és az úgynevezett pártatlan döntőbíráskodásra való törekvés és igény. Az amerikai határelméletet a „hasznosság”, ill. a „hatalmi egyensúly” határozza meg (Hajdú Z. 1998).

A határok vizsgálata sokféle megközelítésben folyhat. Az organikus államelméletben a határ és a határtérség az állam periférikus szerve.

A határ jogilag és földrajzi megközelítésben is vonal, de tartalmában és hatásában zóna, kisebb-nagyobb kiterjedésű térség, ahol az államok kölcsönhatása érvényesül. Nemes Nagy J. négy pontban foglalja össze a határfogalom jellemzőit: elválasztó térelem (barriére), szűrő-zóna (filter), perem- és ütközőzóna (frontier), összekapcsoló térelem (kontaktuszóna).

A politikai földrajz vizsgálja az országhatárok alakulásának elméleti, történeti, funkcionális, kérdéseit, ennek keretében foglalkozik a határ menti területek, határterületek (borderland, border zóna, border region, frontierzóna, Granzentraum) fejlődési és fejlesztési kérdéseivel és tipizálásával. A határ menti területek sok esetben eltérő kultúrák, nyelvek, vallások, etnikumok találkozási övezetei. A találkozás, a keveredés, az együttélés segítheti az egymás mellett élő népek gazdagodását, kultúrájuk előnyeinek kihasználását. A nyitott határok hozzájárulnak a szomszédos államok népességének megismeréséhez, a zárt határok bizalmatlanságot fejtenek ki.

2.3. Régió – regionalizmus

A régió nem más, mint a települések meghatározott köre (Dövényi Z. 1980.) és a közöttük lévő intenzív kapcsolatok összessége. Felfogható úgy is, mint a centrum és vonzáskörzetek közötti kapcsolatok rendszere. A régión mindenki – igaz, hogy különböző értelmezésben és ideológiai tartalommal – végül is egy adott területet ért. Éger Gy. szerint itt ugyanaz a szó jelent egy elméleti kategóriát és egy – jöllehet az előzőre épülő – szellemi és/vagy politikai mozgalmat.

A regionalizmus – mint elméleti kategória – nem más, mint egy embercsoportnak egy-egy tájegységhez, mint földrajzi kerethez való kötődése (Éger Gy. 2000.). A megközelítések és értelmezések ugyanazon fogalom esetében is – különböző szaktudományok területéről érkezve és különböző ideológiákba ágyazottan – ugyancsak eltérőek lehetnek. Ebben egyetérthetünk Éger Gy.-vel. A földrajzosok, a történészek, az etnológusok, a közgazdászok, és a szociológusok között gyakran vannak viták, félreértések a szakmájuk szerinti fogalmak egy az egyben történő átvétele esetén.

A régió szociológiai-szociálpszichológiai-antropológiai jelenségként kezelve nem azonos a hagyományos földrajzi definícióval, hanem emberi-társadalmi kategória, amelyben kiindulópont a társadalom és a térszervezés közötti kapcsolatrendszer. Ebből következik, hogy a régió nem állandó statikus kategória, hanem dinamikus társadalmi jelenség, mely állandóan változik, átalakul, vagyis folyamatként értelmezhető. Az a folyamat melynek során egy bizonyos régió a társadalom térbeli szerveződésének részeként fejlődik, a régió intézményesülése. Ez a folyamat négy szinten különül el: 1. a területi keretek kialakulása, 2. a fogalmi keret létrejötte, 3. az intézményes forma megteremtődése, 4. intézményesülés a regionális rendszer és a regionális tudat megléte.

A regionális identitás a régiófejlődés része. Egy régió intézményesülési folyamatának legteljesebb formája a nemzetállam kialakulása. Ez esetben jelen van a terület, határ, név, nyelv, szimbólumok, intézmények.

A történelem kihívására válaszoló új típusú regionalizmus kialakulásához megfelelő intézményes feltételek teljesülése szükséges. Ilyen pl. „az igazgatás terén kell elérni, hogy a határok különböző oldalain a helyi igazgatási egységek kompatibilisek legyenek egymással.”

A regionalizmus három típusát különbözteti meg Lang W. 1994.: 1. nemzeti keretű; 2. transznacionális (határokon átnyúló); 3. nemzetközi regionalizmus (ez a II. világháború után kibontakozó és egyre erősödő mozgalom, legmagasabb formája az európai integráció folyamata).

A nemzeti karakterű regionalizmus léte, sajátosságai kialakulóban vannak, feltárására folynak vizsgálatok. Az egyes régiók egymás közötti kapcsolatai azon alapulnak, hogy a kialakuló specializáció révén nemcsak az egyes ágazatok, hanem az azok területi allokációját megtestesítő térségek (régiók) között is rendszeres áru- és tevékenységcsere alakul ki.

A régióvá válás, a régiók kialakulása, mint a határon átnyúló európai fejlődés egyik jelentős tényezője. Így közös érdek, hogy összefüggéseiben értelmezzük a határ mentiséget.

2.3.1. Duna–Körös–Maros–Tisza regionális együttműködés

Az 1995. decemberi szegedi „Hármas találkozó” témája, a Szeged–Temesvár–Újvidék alkotta térség gazdasági együttműködési kérdései voltak. A következő évben szervezett „Eurorégió a Duna–Maros–Tisza tájon” c. konferencia már próbálta összefogni az érintett szervezeteket mindhárom országban, számba véve a már működő kapcsolatokat és a lehetőségeket.

A Duna–Körös–Maros–Tisza Eurorégió együttműködését a Csongrád megyei közgyűlés 1996-ban fogadta el.

Az Alföld déli részén, a Tisza alsó szakaszának tágabb térségében, a Bácska, Bánát és a Békés-csanádi löszhát környezetében lehetséges egy regionális együttműködés kialakítása. Kedveznek ennek a természeti adottságok, a gazdasági és társadalmi feltételek. Jelenleg még legkomolyabb akadály a országhatárok léte, a közigazgatás, a politikai tényezők.

A területet három részre osztja a magyar–szerb, magyar–román, a szerb–román országhatár. Ennek következménye, hogy a térszerkezeti kapcsolatok megszakadtak, vagy legalább is csökkent az intenzitásuk. Az 1980-as évek végére, a rendszerváltást követően – e térség országaiban – a határ menti területeken is megélnékültek az igények a kapcsolatok fejlesztésére, szélesítésére. A kapcsolatok kialakulását nagymértékben késleltette a jugoszláv háború, nemcsak politikai, hanem gazdasági, kulturális, társadalmi téren egyaránt.

A határ menti együttműködés az egyes államok külpolitikájának szerves részét képezik. A társadalmi és gazdasági tartalma kapcsolódik az Európai Unió négy szabadelvével, mégpedig: a tőke, a munkaerő, az áruk és a szolgáltatások szabad mozgásával. Ehhez kapcsolódik az a háromoldalú együttműködés, amelynek a célja, hogy fejlessze a humán és a gazdasági szféra kapcsolatait, segítse ezáltal a korszerű európai folyamatok kereteibe való integrációt.

A gazdasági fejlettségben aszimmetriák tapasztalhatók, amelynek okai a humán erőforrásokon kívül, a gazdasági tényezők heterogén fejlettségének eltérései (Herendi I. 2009).

A térség dominánsan agrár jellegű jelenleg is, amelyet indokolnak a térség ilyen irányú kiszolgáló ipar napjainkban erőteljesen átalakulóban van. Az alacsony termelékenység és tökehiány miatt a mezőgazdasági művelési ágankénti megoszlásán jellemző, hogy őrzik az Alföld tradicionális mezőgazdasági ágazati megoszlásának (szántó, szőlő, rét, legelő) hagyományait. A mezőgazdasági területeket a háború utáni Vajdaságban ismét megművelik. A szántó és kert területek aránya itt a legmagasabb a régióban. A magyarországi megyékben a művelhető területek csökkentek, csak úgy, mint az agrár foglalkoztatottak aránya.

3. Összegzés

Az eurorégióban jelenleg is erősen periférikus fejlődési vonások érvényesülnek. A kapcsolatrendszerek féloldalasak. Így az aszimmetrikus vonások nemhogy megszűntek, hanem helyenként még inkább elmélyültek az utóbbi évtizedben.

A határ menti kutatások mindenkor és mindenképpen segítik a régiók kialakulását, működését, fejlődését. Mindezen kutatásoknak a jövőben is helyük van a különböző tudományágakban.

Irodalomjegyzék

- Dövényi Z. (1980): A közép-békési településegységek kialakulásának és történeti változásának fő tendenciái. Alföldi tanulmányok, Békéscsaba, pp. 195–212.
- Éger Gy. (2000): Regionalizmus, határok és kisebbségek Kelet-Közép-Európában. Osiris Kiadó, Budapest, pp. 9–47.
- Erdősi F. (1988): A határ menti térségek kutatásáról. In: A sajátos helyzetű térségek terület- és településfejlesztési problémái. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs, pp. 18–30.
- Hajdú Z. (1988): Az államhatárok és a határ menti területek politikai földrajzi kutatása. In: A sajátos helyzetű térségek terület- és településfejlesztési problémái. MTA Regionális Kutatások Központja (Pécs), Szombathely, pp. 39–42.
- Herendi I. (2009): Kevesebb tanuló, kevesebb iskola? A kistelepülések kisiskoláit érintő változások. In: Közép-Európai Közlemények 2009. 4–5. pp. 57–64.
- Lang, W. (1994): Regionen und Grenzen: Auf dem Weg zum neuen Europa. In: Esterbauer Prentaler, i. m. pp. 147–154.
- Marosi S. (2001): Az MTA Földrajztudomány Kutatóintézetének 50 éve. MTA FKI, Budapest, 47. p.
- Nemes Nagy J. (1998): A tér a társadalomkutatásban. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest, pp. 132–144.
- Pál Á. (2003): Dél-Alföldi határvidékek. Bornus Nyomda, Pécs, p. 235.
- Pál Á.–Nagy G. (2009): A régiók jelene és jövője Magyarország példáján. In: Közép-Európai Közlemények, 2009. 4–5. pp. 145–150.
- Tóth J. (1988): A speciális térségek terület- és településfejlesztési problémáiról. In: A sajátos helyzetű térségek terület- és településfejlesztési problémái. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs, pp. 216–218.

PAP ÁGI:

Határon átnyúló világörökségi helyszínekhez kapcsolódó kérdések

Abstract

The foundation of the UNESCO's World Heritage Program was guided by the principle to create an international cooperation that is able to preserve the cultural and natural values of outstanding importance for humankind. Meeting the requirements of the World Heritage Convention 8 Hungarian sites have been inscribed on the List. However, since cultures do not adjust to political borders, several World Heritage Sites span over the borders. Out of the 8 Hungarian World Heritage Sites 2 extends to the territory of the neighbouring countries, which means that they had to be submitted for the List jointly. Due to the particular state of these World Heritage Sites, a particular situation evolves in the operation of the Heritage Sites. Since the countries own the sites jointly, they need to harmonise their activities in favour of the effective maintenance of these heritage sites. The study deals with the above mentioned territories' problems and their possible solutions.

1. Bevezetés

Az UNESCO Világörökségi Program létrehozásakor az a cél vezérelte a megalakulást, hogy egy nemzetek felett álló, politikai határokon átívelő együttműködést jöjjön létre, amely képes az emberiség számára kiemelkedő értékekkel bíró kulturális és természeti örökségek megóvására. A Világörökségi Egyezmény keretein belül az arra érdemesnek tartott helyszínek a Világörökségi Listára kerülnek.

Habár a Világörökségi Lista nem a turizmus érdekeit kívánja kiszolgálni, a Világörökségi címkének köszönhetően a Listára került helyszínek nagyobb ismertségre tesznek szert, és jobban bekerülnek a köztudatba (Pap–Boros–Pál 2009). Ebből kifolyólag az egyediséget és értéket biztosító világörökségi címke az utazók egyik biztos védjegyévé is válik, és a turizmusban résztvevők előszeretettel keresik fel a világörökségi helyszíneket (Boros–Garamhegyi 2009). Az egyes világörökségi helyszínek iránt megnövekedett turisztikai kereslet pedig hatással van mind az örökségi helyszínek mind a környező települések gazdaságában és társadalmában lejátszódó folyamatokra (Puczkó– átz 2002, Csordás 2008).

2. Korábbi kutatások és felmerülő nehézségek

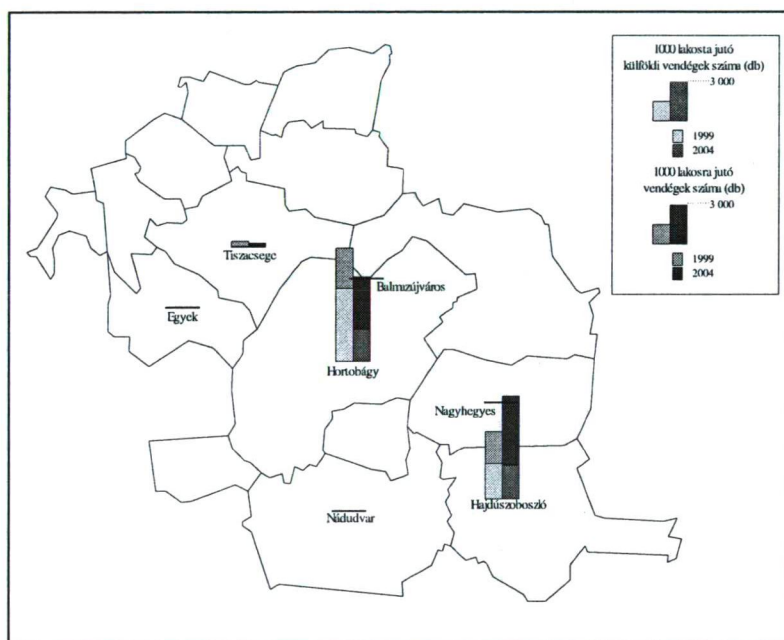
A korábbiakban kísérletet tettünk a világörökségi helyszínek és 20 kilométeres környezetük turizmusában történt változások vizsgálatára (Pap 2008). Ekkor a KSH statisztikai adatait felhasználva kimutathatóvá vált a helyszínek turizmusának növekedése. A kutatás során minden helyszín esetén a világörökséggé válás évét jellemző turisztikai mutatókat hasonlítottuk össze a 2004-es bázisév turisztikai mutatóival, és megfigyeltük a változások mértékét. Azonban már a 3 vizsgált magyarországi helyszín: Pannonhalma, Hollókő és Hortobágy esetében számos probléma merült fel a kutatás során.

Első sorban az 1998-as IKIM-rendelet (IKIM 1998) jelentett némi nehézséget, amelynek köszönhetően megváltozott a szálláshely kategóriák korábban alkalmazott statisztikai

* Tanársegéd – Szegedi Tudományegyetem Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék.

kategorizálása. Ebből kifolyólag az olyan világörökségi helyszínek esetén, amelyek még 1998 előtt kerültek a listára elengedhetetlen a megváltozott kategóriák egymással való harmonizálása.

További nehézséget jelentett, ha a vizsgált térségben a világörökségi helyszíneken kívül más jelentős idegenforgalmi attrakcióval rendelkező település is volt a térségben, hiszen ebben az esetben az elvonhatja a világörökségi helyszín szálláshelyeinek szállóvendégeit (pl. Hortobágy – 1. ábra). Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a világörökségi helyszínt kevesebb látogató keresné fel, mindössze annyi a változás, hogy az időközben kiépült szálláshely-kapacitás és az attrakciók kiszélesedett köre elvonja a térség addigi szálláshelyit igénybevevő vendégek egy részét.



1. ábra. 1000 lakosra jutó összes és külföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken 1999-ben és 2004-ben (Hortobágyon és a környező településeken)
(Forrás: KSH T-STAR, a szerző szerkesztése, 2006)

Az eddig még nem vizsgált világörökségi helyszínek esetén, azonban e két nehézség mellett számos egyébvel is szembe kell nézni.

Kultúrtájak vagy természeti örökségek esetén nem egy településre korlátozódik a világörökség, hanem több településre is kiterjed. Ebben az esetben a 20 km-es sugarú környék meghatározása sem olyan egyértelmű és a vizsgálandó terület mérete is jelentősen megnövekedhet.

További nehézséget jelent a turizmus intenzitásának mérése olyan természeti értékekkel rendelkező, de szigorú természetvédelmi eljárás alatt lévő területek esetén, amelyek védettségükből adódóan nem teljes egészében látogathatók. Általában a szigorú védelem alatt álló területeken szálláshelyet sem lehet igénybe venni, ami nagymértékben megnehezíti a turisták érdeklődésének statisztikai számszerűsítésének lehetőségét. Ez esetben a térségben lévő kiállítóházak és múzeumok elkelte belépőjegyeinek számából lehet következtetni a látogatottság intenzitásának változására.

3. A turizmus intenzitásának mérési korlátja

Európai és országai előkelő helyet foglalnak el a világ idegenforgalmi keresletét illetően, hiszen a nemzetközi turistaérkezések 53,1%-a és a nemzetközi turistaforgalomból származó bevételek 50,2%-a erre a makrorégióra tehető (WTO 2009). Ausztria, Szlovákia és Magyarország azonban eltérő módon veszik ki részüket az európai turizmus forgalmából (1. táblázat).

1. táblázat. Ausztria, Magyarország és Szlovákia részesedése Európa turistaforgalmából, 2005

	Nemzetközi turistaérkezések száma (1000 fő)	Nemzetközi turistaérkezések aránya (%)	A nemzetközi turistaérkezésből származó jövedelem (millió euró)	A nemzetközi turistaérkezésből származó jövedelem aránya (%)
Ausztria	19 952	4,5	2 432	4,4
Magyarország	10 048	2,3	3 433	1,2
Szlovákia	1 515	0,3	972	0,3
Európa	441 528	100	279 931	100

Forrás: WTO

Viszont amennyiben nem a teljes országra vonatkozó idegenforgalmi teljesítményt szeretnénk felmérni, hanem egy-egy kisebb tájegység vagy vidék idegenforgalmi szerepét az adott országon vagy Európán belül, számos nehézség nehezíti a kutatást. A legnagyobb problémát az jelenti, hogy a Turisztikai Világszervezet és az Európai Unió statisztikai adatbázisa is csak országos szinten gyűjti az erre vonatkozó statisztikai adatokat. Kisebb léptékű terület esetén az országos adatszolgáltatók jelenthetnek megoldást. Azonban ha a vizsgálandó terület politikai határokon is átnyúlik, a felmerülő akadályok az eltérő statisztikai adatok gyűjtéséből, az egyes statisztikai kategóriák eltérő csoportosításából adódóan igencsak megnehezítik a szükséges adatok összehangolását.

Ilyen nehézségekkel kell megküzdeni a 8 magyarországi világörökségi helyszínből 2 esetén, amelyeket a szomszédos országokkal közösen terjesztettek fel a világörökségi listára.

Az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai az egyedülállóan gazdag karsztos felszíni illetve felszín alatti formáknak köszönhetően vált világörökséggé. Az 56 562 hektárnyi világörökségi terület 64,9%-a Szlovákia területére, 35,1% pedig Magyarország területére esik (WHC Nomination Documentation).

1995-ben az Európa legnagyobb szikes tavaként emlegetett Fertőtó (Neusiedlersee) kultúrtáj is a világörökség részévé lett. Az 68 369 hektár nagyságú terület Magyarország és Ausztria közös felterjesztése révén került a listára. A terület nagyobbik része (76,8%) a határon túl, kisebbik része (23,2%) pedig a határon innen található. A világörökségi területen lévő 21 településből 13 Ausztriában, 8 pedig Magyarországon található (World Heritage Cultural Landscape Fertő/Neusiedlersee Management Plan).

A vizsgálandó területet kettészelő határvonal nehézséget jelent mind az adatgyűjtést, mind az egységes kezelést illetően. A legmegbízhatóbb adatforrásnak az Európai Unió statisztikai adatbázisa számítana, hiszen egységesen kezelt és egységes módon értelmezett adatokat tartalmaz, ami alapvető fontosságú az összehasonlíthatóság szempontjából. Azonban az Európai Unió adatgyűjtése során felhasznált statisztikai szintek a 3 ország esetében nem azonosan alakulnak (2. táblázat). Például Szlovákia esetében a NUTS 0 szint üresen marad, és így az összes többi kategória esetén is egy szinttel eltolódnak az értékek. Az ebből következő adat-harmonizáció azonban még viszonylag könnyen megoldható. Ettől nagyobb gondot jelent, hogy a legtöbb adat csak a NUTS 0 vagy NUTS 1-es szinten

lelhető fel. A turizmusra vonatkozóan NUTS 2-es szinten mindössze 2 turisztikai mutató (a vendégéjszakák száma és a szálláshelyet igénybevevők száma) áll a rendelkezésre. A LAU 1 és a LAU 2-es szinteken semmilyen statisztikai adat nem lelhető fel, pedig a kisléptékű területi vizsgálódások esetén ez jelentene megoldást.

2. táblázat. Az Európai Unió földrajzi kódolási rendszere Magyarország, Ausztria és Szlovákia esetében

	Magyarország	Ausztria	Szlovákia
NUTS 0	1 (az ország)	1 (az ország)	-
NUTS 1	3 (nagy régiók)	3 (több szövetségi tartomány)	1 (az ország)
NUTS 2	7 (tervezési-statisztikai régiók)	9 (szövetségi tartományok)	3 (körzetek csoportjai)
NUTS 3	20 (megyék + Bp.)	35 (körzetek csoportjai)	8 (körzetek – kraje)
LAU 1	174	35	79
LAU 2	3152	2357	2928

Forrás: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nuts/basicnuts_regions_en.html

4. Eltérő kezelési módok a határ két oldalán

A területeket átszelő határvonalak nem csak az adatgyűjtésben jelenthetnek problémát. A határ két oldalán megvalósuló eltérő kezelési módzatok és az ebből származó, gyakran nehézségektől sem mentes helyzetek is rejthetnek magukban némi problémát.

A Fertő tavi kultúrtáj esetében erős az együttműködés a terület közös kezelését illetően. Az ausztriai oldalon a kultúrtáj Burgenland régió részét képezi. Az ausztriai utazásokat leginkább motiváló tényezők (a hegyvidék és a síközpontok) nem jellemzőek erre a régióra. Ehelyett a pannon-jellegű, hazánkat idéző táj jelenik itt meg, amely leginkább a városi lakosság kikapcsolódását teszi lehetővé – elsősorban a kerékpáros turizmus, illetve a falusi turizmus keretén belül. Maga a térség ausztriai idegenforgalmi régiói közül az egyik legkisebb, és a vendégéjszakák számát tekintve is itt mutatható ki a legalacsonyabb érték (Gyuricza 2008). Ameddig a határ túloldalán a Fertő tó nagyobbik és nyílt víztükrével rendelkező része található, addig Magyarországra a sekélyebb és sűrű növényzettel rendelkező része esik, amely kitűnő feltételeket nyújt a madárrezervátumok fenntartására. A Fertő-Hanság Nemzeti Park egyes területei, melyek egyben világörökségi területek is, a Ramsari-egyezmény értelmében kiemelten védett vizes térséggé váltak, és ezeken a területeken a vízimadarak védelme az elsődleges szempont. Ebből kifolyólag a közelben lévő olyan tóparti területek, amelyeket főként fürdőzés vagy strandolás céljából keresnek fel a látogatók, zavarhatják az élővilág nyugodt életkörülményeit.

Az Aggteleki karszt esetében is megemlíthető néhány példa az egységes természetföldrajzi terület eltérő kezelését illetően. Magyarországon a karsztfelszínen kialakult sérülékeny talaj megvédése érdekében tarlóégetést végeznek a térség szántóföldjein. A határ túloldalán azonban arra is van példa, hogy a különböző mezőgazdasági munkákat nehéz munkagépekkel végzik el. Vagy további példaként említhető meg, hogy amíg hazánkban a védett növények megóvása érdekében évente mindössze kétszer korlátozták a kaszálások számát, addig a határ túl oldalán gyakrabban (évente akár négyszer is) sor kerülhet a kaszálásra.

Habár sajnálatos módon a természetvédelmi intézkedéseket még nem sikerült össze-

hangolni a határ két oldalán, a kulturális együttműködés szép példája a Gömör-Tornai Fesztivál, amely a határ két oldalán mintegy húsz település bekapcsolódásával történő, többnapos, már kilenc éve folyamatosan megrendezésre kerülő rendezvénysorozat.

5. Összegzés

A nyolc magyarországi világörökségi helyszín közül az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai, valamint a Fertő kultúrtáj olyan világörökségi helyszínek, amelyek a szomszédos országokkal közösen kerültek felterjesztésre. Mindkét terület természetföldrajzilag egységes területet képez, azonban a területeket átszövő politikai határvonalak megnehezítik a területre vonatkozó adatgyűjtést és eltérő kezelési módot eredményezhetnek a határ két oldalán.

A nehézségek előidézői közé sorolható a határ két oldalán lévő eltérő felépítésű és működésű intézményi rendszer, a világörökségi helyszínek kezelő testületeinek, illetve kezelési terveinek hiánya, és a világörökségi területek nem egyértelmű szabályozása a magterületeken és a puffer területeken elvégezendő feladatok tekintetében. Habár a világörökségi helyszínek fenntartása állami kötelesség lenne, az állam nem rendelkezik elegendő forrással a célok megvalósítására.

Az összehangolt kezelés érdekében kiemelkedő fontosságú lenne a kezelő testületek feladatkörének és jogainak egyértelmű rögzítése, illetve a kezelési tervek közös kidolgozása.

A statisztikai adatok egységesített gyűjtése érdekében a legideálisabb megoldást az jelentené, ha az Európai Unió statisztikai hivatala összegyűjtené a tagországok által önállóan gyűjtött kistérségi (LAU 1) és településszintű (LAU 2) adatait is, ezeket központilag összehangolná és egy egységes adatbázisban tenné hozzáférhetővé. Másik megoldás lenne a világörökségi területek esetén, ha maga az UNESCO szabályozná és tenné kötelezővé a világörökségi helyszínek területén az adatgyűjtést. Az ilyen módon összegyűjtött adatok a területi folyamatok nyomon kísérése során, illetve a fejlesztések megtervezésekor is segítséget nyújthatnának.

Irodalomjegyzék

- Boros L.–Garamhegyi Á. (2009): Bevezetés a településmarketingbe. Jatepress. Szeged, p. 170.
- Csordás L. (2008): Spatial spread and the development of tourism. Motivations of the foreign visitors in the border regions of the northeast Great Hungarian Plain. In: Süli-Zakar I. (ed.) Neighbours and Patterns: On the two sides of the border. Debrecen. Magyarország, pp. 315–322.
- Gyuricza L. (2008): A turizmus nemzetközi földrajza. Dialóg Campus. Budapest–Pécs. 123 p.
- IKIM (1998): 45/1998. (VI. 24.) IKIM rendelet a kereskedelmi és a fizetővendéglátó szálláshelyek osztályba sorolásáról, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről.
- Pap Á. (2008): Az élénk turisztikai kereslet hatása a települések gazdasági környezetére egy magyar világörökség példáján. II. terület- és vidékfejlesztési konferencia, Kaposvár, 2008. április 25. pp. 44–48.
- Pap Á.–Boros L.–Pál V. (2009): World Heritage – Tourism – Globalistaion. In Sustainable Mountain Tourism – Local Responses for Global Changes. The second International Tourism Conference, EdituraUniversitaria, Craiova. pp. 221–228.
- Puczko L.–Rátz T. (2002): A turizmus hatásai. Aula, Budapest.
- World Heritage Cultural Landscape Fertő/Neusiedlersee Management Plan, Vienna, Budapest, Eisenstadt, Fertőd 2003. p. 154. (elérhető: <http://whc.unesco.org/en/list/772/documents/>)
- WHC Nomination Documentation – Caves of the Aggtelek Karst and Slovak Karst 2000. (elérhető: <http://whc.unesco.org/en/list/725/documents/>)
- WTO 2009 Tourism Highlights (elérhető: <http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm>)
- http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nuts/basicnuts_regions_en.html

